

# **BAB I**

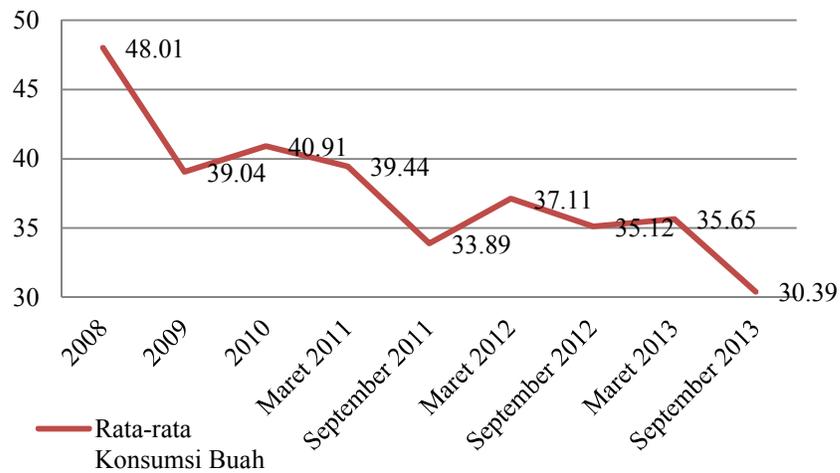
## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Dewasa ini ada kecenderungan peningkatan jumlah konsumsi es di Indonesia. Masyarakat tidak lagi mengkonsumsi es untuk memenuhi kebutuhan pangan saja, namun juga sebagai gaya hidup. Tidak hanya konsumsi masyarakat bertambah, hasil penjualan es pun terus meningkat. Berdasarkan data Unilever Corporation, konsumsi es di Indonesia meningkat sebesar 0.1 liter/kapita/tahun sejak tahun 2013.

Konsumsi es di Indonesia saat ini berkembang sangat pesat dibandingkan dengan negara-negara di Eropa dan Amerika yang tidak lagi bertambah besar atau mengalami stagnasi. Sekalipun jumlah konsumsi es Indonesia tidak sebanding dengan negara lainnya seperti Singapura atau Malaysia, namun Indonesia merupakan salah satu negara di Asia yang mengalami peningkatan dalam jumlah konsumsi es perkapitanya.

Namun di satu sisi, pentingnya buah bagi manusia seringkali terlupakan begitu saja di tengah-tengah masyarakat modern saat ini. Kesibukan masyarakat modern justru ditandai dengan konsumsi makanan cepat saji yang berdampak buruk bagi kesehatan. Padahal berbagai penelitian dalam dunia kedokteran telah membuktikan peranan besar buah bagi kesehatan tubuh manusia. Badan pusat statistik menggambarkan jumlah konsumsi buah masyarakat Indonesia yang menurun dari tahun ke tahun seperti pada grafik berikut ini :



**Gambar I.1**

**Rata-rata Konsumsi Buah (per KKal)**

(Sumber : Data Badan Pusat Statistik Indonesia, 2014)

Dapat dilihat dari grafik Rata-rata Konsumsi buah tersebut bahwa dari tahun ke tahun, konsumsi buah masyarakat semakin menurun bahkan mencapai titik terendah yaitu 30.39 KKal pada bulan September tahun 2013. Hal ini menunjukkan kecenderungan konsumsi buah masyarakat yang semakin menurun.

Penulis berpikir dengan memanfaatkan konsumsi es Asia yang meningkat, maka rendahnya konsumsi buah masyarakat di Indonesia diharapkan akan mampu ditingkatkan dengan menciptakan produk berbasis es yang mengandung buah-buahan segar. Sehingga dengan meningkatnya konsumsi es maka secara tidak langsung masyarakat pun mengkonsumsi buah segar.

Produk es dengan buah segar ini pun didukung dengan jumlah produktivitas komoditi buah-buahan kota Bandung yang sangat besar. Berdasarkan data dari Dinas Pertanian, Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Bandung tahun 2012, diperoleh bahwa hasil komoditi

buah-buahan Bandung meningkat dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 304.705 kuintal menjadil 532.847 kuintal per tahun. Ketersediaan buah-buahan segar di kota Bandung sangat membantu bagi pengembangan produk es ini.

Pengembangan produk es ini juga perlu memperhatikan langkah-langkah pengembangan produk yang baik. Sangat penting untuk memperhatikan preferensi konsumen serta model pengembangan yang digunakan sebelum mengembangkan sebuah produk. Produk yang dapat bertahan lama adalah produk yang sejak awal dirancang dengan baik (Kotler & Keller, 1998). Dibutuhkan rencana yang matang dan strategi yang baik untuk mempertahankan eksistensi perusahaan untuk jangka waktu yang lama. Strategi adalah suatu rencana (Mintzberg, 1987). Bagaimana suatu perusahaan mencapai kinerja yang lebih tinggi (Barney, 2007). Strategi bagi suatu produk agar bertahan lama terletak pada konsep desain pemasaran dan produksinya. Banyak pewirausaha yang sulit menentukan rancangan produk yang akan dihasilkan pada awalnya dan hal ini menghambat pekerjaan yang perlu dilakukan selanjutnya. Namun, apabila pewirausaha dapat merancang produknya dengan baik, keberhasilan perusahaannya sangat bergantung pada hal tersebut.

Demikian makalah ini dibuat untuk mengembangkan suatu produk baru dengan menggunakan model *Stage Gate*. Dalam makalah ini produk yang akan dirancang adalah sebuah produk berbasis es baru, yaitu es serut dengan merek *The Crow Ice*. Kemudian dengan metode perancangan produk hingga kemasan dan alat promosinya, dilakukan testing lapangan hingga diperoleh revisi produk akhir.

Pengembangan adalah proses yang yang digunakan untuk mengembangkan dan mengesahkan produk. Langkah-langkah dalam proses ini pada umumnya dikenal sebagai siklus yang terdiri dari: pengkajian terhadap hasil-hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan

dengan validitas komponen-komponen pada produk yang akan dikembangkan, mengembangkannya menjadi sebuah produk, pengujian terhadap produk yang dirancang, dan peninjauan ulang dan mengoreksi produk tersebut berdasarkan hasil uji coba. Hal itu sebagai indikasi bahwa produk temuan dari kegiatan pengembangan yang dilakukan mempunyai obyektivitas (Borg & Gall, 1983).

Dari beberapa studi yang telah dilakukan sebelumnya, telah dikembangkan berbagai produk seperti vaksin, perangkat lunak, perangkat keras, dengan model pengembangan Stage Gate. Dalam studi ini akan membahas mengenai produk es serut dengan topping menggunakan model yang sama. Saat ini belum ada produk serupa di pasar yang dikembangkan dengan model pengembangan produk sejenis ini.

## **1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah**

Beberapa pertanyaan yang akan dijawab melalui studi ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana produk es serut *The Crow Ice* ini perlu dirancang sesuai preferensi konsumen?
2. Bagaimana pengembangannya mulai dari pembuatan merek, desain, alat promosi hingga prototipenya?
3. Bagaimana hasil produk akhir es serut dan desain dari revisi yang dilakukan?

Penelitian ini menggunakan model pengembangan Stage-Gate yang memiliki 5 tahap (*Stage*) serta 5 gerbang (*Gates*). Penelitian yang dilakukan dibatasi hingga tahap ke 4 (revisi produk akhir), sedangkan tahap 5 (peluncuran) akan disertai dalam bentuk rencana peluncurannya (tanggal rencana dan persiapan yang dibutuhkan).

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kuantitatif mengingat pentingnya waktu yang cepat dalam proses pengembangan produk. Namun demikian, penulis menyadari keterbatasan metode pengumpulan data kuantitatif ini dalam hal perbedaan antara data yang diharapkan dan realitas dalam lapangan. Oleh karena itu, penelitian ini masih jauh dari sempurna, sehingga perlu disempurnakan lagi dalam penelitian-penelitian selanjutnya.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan paparan yang telah dibahas sebelumnya, tujuan pengembangan ini dilakukan adalah :

- Menghasilkan rancangan produk es serut dengan desain kemasan dan alat promosi yang baik dengan menyajikan prototipe sebagai hasil akhirnya.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

#### **1. Bagi Lingkungan Akademisi**

Dengan penelitian ini diharapkan dapat melengkapi teori strategi mengenai rancangan produk, bagaimana produk yang dapat diterima di pasar, semuanya akan dibahas dalam studi ini

#### **2. Bagi Praktisi**

Penelitian ini bermanfaat bagi para wirausahawan yang akan membuat rancangan produk baru. Bagaimana seharusnya merancang suatu produk dan kemasannya agar dapat bertahan lama dalam pasar. Melalui studi ini wirausahawan dapat memilih strategi-strategi perancangan produk yang sesuai untuk usahanya.

### **1.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian**

Lokasi penelitian adalah di Kota Bandung, Jawa Barat. Proses pengambilan data akan dilakukan di lokasi rencana produk akan dijual yaitu Yogya Express Ciwalk. Sedangkan pengolahan data akan dilakukan ditempat peneliti. Jadwal penelitian diperkirakan berlangsung kurang lebih 2 bulan, dimulai dari bulan November-Desember 2014.

### **1.6. Sistematika Penulisan**

Pembahasan Draft Proposal Tesis ini akan dibahas seperti sistematika di bawah ini :

**Bab I Pendahuluan** yang terdiri atas : Latar Belakang Penelitian, Identifikasi dan Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Lokasi dan Jadwal Penelitian

**Bab II Kajian Kepustakaan, Rerangka Penelitian, dan Model Penelitian**

**Bab III Obyek dan Metode Penelitian** yang terdiri atas : Proses menjawab Pertanyaan Penelitian, Proses *Stage-Gate Model*, Obyek Penelitian (Populasi) Teknik Pengambilan Sampel, Metode Penelitian, Metode penelitian yang digunakan, Operasionalisasi Variabel, Teknik Analisis.