

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Tren pengembangan produk belakangan ini mengarah pada suatu produk yang dirancang berdasarkan kebutuhan pelanggan (*customer-oriented*) (Nagamachi, 2006). Ketika memilih suatu produk, pelanggan tidak hanya mendasarkan pilihannya pada alasan-alasan logis seperti melihat, merasakan produk tersebut juga kemudian menjadi faktor penting dalam memilih produk (Scifferstain, 2008). Emosi, perasaan dan keinginan serta hasrat tersebut dalam benak seseorang ini selanjutnya diungkapkan sebagai faktor afektif (Srikandini, Runtuk & Sari, 2012).

Produk memiliki dua sifat. Sifat yang pertama yaitu fungsi dasar sebuah produk yang ditentukan dengan kualitas, kapasitas dan penampilan yang memuaskan tuntutan dasar konsumen. Sifat yang kedua adalah fungsi tambahan atau pendukung yang dipengaruhi oleh gaya dan warna yang menarik keinginan konsumen. Sifat yang pertama disebut juga sebagai faktor fisik (*physical factor*) dan yang kedua sebagai faktor kejiwaan (*mental factor*) (Nagamachi, 1999). Produk yang paling baik dan paling kuat di dunia tidak dianggap ideal jika tidak dapat memuaskan kebutuhan, keinginan, dan harapan para pelanggan. Usaha yang harus ditempuh oleh para produsen untuk menciptakan produk ideal yang memuaskan harapan pelanggan tersebut adalah dengan memberikan keunikan atau ciri khas dari produk (Ady, 2011).

Faktor-faktor yang melibatkan sisi psikologis atau kejiwaan konsumen dan disebut juga sebagai *human kansei* sangat penting untuk diperhatikan. Karena pada saat konsumen membeli suatu produk, konsumen akan mencari produk yang memiliki daya tarik dan kenyamanan. Konsumen menyampaikan keinginan-keinginan dengan kata-kata yang abstrak. Maka dari itu akan sangat menguntungkan jika dapat menangkap pikiran konsumen dan dapat menunjukkan model-model yang sangat sesuai dengan citra (*image*) konsumen, melalui foto atau grafik di komputer. Sehingga dapat menerjemahkan informasi ini menjadi suatu desain yang tepat dalam pengembangan produk baru (Schutte, 2002).

Sebagai langkah awal untuk memperoleh peluang pasar, maka perlu dilakukan identifikasi terhadap keinginan konsumen. Identifikasi keinginan konsumen dilakukan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk (Haryono & Bariyah, 2014) dalam hal ini yaitu produk yang berupa dompet. Analisis terhadap keinginan konsumen pada dasarnya untuk mengetahui dan mengidentifikasi secara tepat apa yang diinginkan konsumen. Oleh sebab itu diperlukan untuk menganalisa “*Human Kansei*” seperti perasaan atau emosi dan sangatlah penting untuk menterjemahkan informasi ini menjadi suatu desain yang tepat dalam pengembangan produk baru. Nagamachi telah mengambil bentuk konkrit mengenai ide ini dan telah mengembangkan “*Kansei Engineering*” sebagai sebuah teknologi yang efektif untuk tujuan mendukung konsumen dalam pengambilan keputusan dan kreativitas desainer.

Manusia mempunyai kebutuhan yang begitu kompleks yang harus dipenuhi, baik kebutuhan yang bersifat jasmani maupun rohani. Kebutuhan adalah keadaan merasa tidak memiliki kepuasan dasar dan bersifat naluri sedangkan keinginan adalah hasrat akan pemuas tertentu dari kebutuhan tersebut, sehingga keinginan merupakan kebutuhan buatan yaitu kebutuhan yang dibentuk oleh hidupnya. Salah satu produk *fashion* yang digemari khususnya untuk kaum wanita antara lain adalah dompet. Untuk keperluan berpergian atau mendatangi sebuah acara (M. Barry, 2012). Dompet yang ada dipasaran sebelumnya hanya produk dompet yang terbuat dari kulit sintesis maupun nabati. Bahan dompet dari kulit tersebut sebelumnya belum dikombinasikan dengan bahan lainnya termasuk bahan serat alam. Berdasarkan studi awal, sebesar 81 % responden menggunakan dompet dengan bahan kulit sintesis ataupun nabati dan 19% responden menginginkan keunikan dari dompet *clutch*.

Menurut penelitian Balai Penelitian dan Pengembangan Industri Deperindag Yogyakarta bahwa daun nanas memiliki kandungan serat *selulosa* 64,23%, *moisture* 13,13%, *ash* 4,98%, *lignin* 5,91%, *extractives* 1,1%. Dengan kandungan selulosa diatas 50% maka tanaman yang bisa tumbuh di daerah kurang air ini, bisa digunakan sebagai bahan baku komposit seperti serat *kenaf*, *jute*, *sisal* dan *flax* yang telah dikembangkan di beberapa negara Eropa dan Amerika. (Penelitian Balai Penelitian dan Pengembangan Industri Deperindag Yogyakarta, 2009). Beberapa produk yang telah menggunakan serat daun nanas adalah pada pembuatan batik, dimana batik ini memanfaatkan serat

daun nanas yang dilakukan oleh seorang pengrajin bernama Pancer Budiwaluyo (news.liputan.com, 2014). Kemudian penggunaan serat daun nanas sebagai absorben pada zat warna Procion *red* Mx8b (Sri, Syarif, Setyongningsih). Penggunaan serat daun nanas dalam membuat papan anti bising (Wahyudi, Syakbaniah, Yenni, 2013).

Pada penelitian ini tidak dilakukan analisis tentang harga produk dan tidak melakukan pembahasan analisis ekonomi. Penelitian ini hanya membahas bagaimana mendesain suatu produk dompet berbahan serat daun nanas dengan metode *Kansei Engineering*. Selain itu juga tidak membahas yang berkaitan dengan *manufacturing process* dari produk dompet yang nanti akan dihasilkan.

## 1.2 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan yang perlu dipecahkan dalam penelitian ini adalah :

1. Kriteria apa saja yang diinginkan konsumen untuk produk dompet *clutch* berbahan serat daun nanas ?
2. Desain parameter apa saja yang diperlukan dalam mendesain dompet *clutch* menggunakan *Kansei Engineering method* ?
3. Apakah desain usulan dompet *clutch* berbahan serat daun nanas sudah memenuhi keinginan konsumen ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada pada penelitian ini adalah untuk :

1. Mengidentifikasi keinginan psikologis konsumen terhadap kriteria rancangan desain dompet *clutch*.
2. Menentukan parameter desain dompet *clutch* dengan metode *Kansei Engineering*.
3. Memvalidasi desain dompet *clutch* berbahan serat nanas usulan yang dapat memenuhi keinginan konsumen.

#### 1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian ini lebih fokus, maka perlu adanya batasan-batasan masalah. Batasan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Objek dalam penelitian ini adalah wanita yang berumur 15-30 yang mengetahui maupun pengguna dompet
2. Perancangan pada produk dompet ini tidak menggunakan metode ataupun pendekatan lain selain konsep *Kansei Engineering* Tipe 1.
3. Perancangan dompet berbahan serat daun nanas ini tidak membahas analisis ekonomi.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah mampu mendesain produk dengan menggunakan metode *Kansei Engineering* dan pengetahuan tentang pemanfaatan serat daun nanas yang ternyata dapat dimanfaatkan untuk membuat sebuah produk dompet *clutch*. Di mana selain penggunaan kulit, serat alam juga bisa digunakan sebagai bahan dasar pembuatan dompet *clutch*, yaitu serat daun nanas. Serta diharapkan desain usulan yang telah didesain peneliti dapat memenuhi keinginan konsumen akan dompet *clutch* yang selama ini belum tersampaikan.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan tugas akhir ini terdiri dari enam bab dengan sistematika sebagai berikut :

### BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Hal ini diperlukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik akan karakteristik-karakteristik utama pemahaman yang berakitan dengan tujuan penelitian.

### BAB II : LANDASAN TEORI

Berisi beberapa konsep dasar dan metode dari buku-buku, jurnal ilmiah, dan refrensi-refrensi lain yang digunakan dalam penyelesaian masalah serta tentang peran masing-masing metode dalam rangkaian proses penyelesaian masalah.

### BAB III : METODE PENELITIAN

Untuk bab ini diuraikan tentang bahan atau materi penelitian, obyek penelitian, tata cara penelitian data yang diperlukan serta cara analisa yang akan digunakan dengan menampilkan rangkaian proses penelitian yang dilakukan dalam *flow chart*.

### BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Memaparkan keseluruhan proses observasi dan pengumpulan data, serta pengolahannya, serta penjelasan teknis untuk mendapatkan nilai-nilai sebagai alat bantu dalam pemecahan masalah dengan beberapa metode dan data wawancara.

### BAB V : ANALISA DATA

Bab ini berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan dari pengolahan data yang dilakukan. Dan memberikan analisa sejauh mana nilai-nilai tersebut memberikan solusi bagi perusahaan yang telah didefinisikan diawal penelitian

## BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Menuliskan kembali beberapa hasil utama dari rangkaian proses yang telah dilakukan, memberikan hasil yang dapat digunakan oleh konsumen atau tidak nantinya dan juga rekomendasi mengenai kemungkinan dilakukannya penelitian lanjutan.

