

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dijelaskan latar belakang, tujuan, manfaat, ruang lingkup serta sistematika penulisan penelitian yang akan dilakukan. Seluruhnya tertuang dalam tulisan berikut ini.

1.1. Latar Belakang Masalah

Teknologi signal suara telah dikembangkan sejak abad ke-20 hingga saat ini. Salah satu perangkat yang berkembang di abad ke-20 adalah *Amplifier*. Pada tahun 1906 seorang bernama Lee De Forest mengembangkan sebuah perangkat yang mampu menguatkan signal suara. Perangkat ini kemudian menjadi kunci penting dalam penyiaran radio, televisi dan radar, sebelum ditemukannya transistor pada tahun 1947. Pada proses selanjutnya, perangkat ini digunakan sebagai alat yang digunakan dalam dunia musik dan berkembang secara pesat dalam produksi skala besar. Gambar 1.1 berikut ini merupakan contoh salah satu *Amplifier* yang ada di pasaran.



Gambar 1.1 Produk *Amplifier* Modern
Sumber: www.soundandvision.com

Dalam dunia musik saat ini, perangkat *Amplifier* memegang peran cukup penting dalam setiap penyelenggaraannya. Sebuah konser *band rock*, acara besar musikal, atau bahkan sekedar acara pernikahan di tengah-tengah jalan di Indonesia

seringkali menggunakan *Amplifier* dalam pelaksanaannya. Permintaan akan perangkat ini pun dalam dekade ini, terus bertambah, seiring dengan perkembangan musik di dunia. Dalam memenuhi permintaan akan perangkat *Amplifier* ini, *brand - brand* ternama seperti *Behringer*, *Roksan Kandy*, *Laney* maupun *Yamaha* terus berlomba dalam meningkatkan mutu produk mereka.

Konsumen menjadi dasar penentu dalam kesuksesan produk ini. Dalam hal ini, *Amplifier* yang dapat memiliki suara jernih, desain yang menarik, fitur yang lengkap serta keunggulan lainnya, akan menjadi produk yang diincar oleh penikmat musik di seluruh dunia. Tiap tahun bahkan diadakan sebuah *award* bagi perangkat *Amplifier* terbaik yang diulas oleh majalah-majalah teknologi. Proses pengembangan produk yang baik dimulai dengan melihat kebutuhan *customer*, jika tidak dimulai dari kebutuhan *customer*, maka akan terdapat banyak waktu yang berakhir buruk dengan *customer* (Scherkenbach, 1991). Dalam perkembangan berikutnya banyak perusahaan yang akhirnya berlomba-lomba dalam mencari tahu apa keinginan dari konsumen mereka. Dan akhirnya persaingan bisnis menjadi semakin ketat dengan berusaha memberikan produk yang disukai oleh konsumen.

Banyak cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam mencari tahu apa sebenarnya kebutuhan dan keinginan konsumen dalam produk mereka. Suara konsumen menjadi salah satu sarana yang dipakai oleh perusahaan-perusahaan tersebut. Dalam kelanjutannya, seringkali perusahaan mengalami kesulitan dalam menerjemahkan keinginan konsumen menjadi suatu produk nyata yang memiliki ukuran dan bentuk yang sesuai. Desain dari produk sendirinya merupakan salah satu kunci penting dalam kesuksesan produk dimata konsumen. Berdasarkan *Merriam-Webster Dictionary*, desain adalah kegiatan merencanakan dan membuat keputusan mengenai sesuatu untuk kemudian dicipta atau dibangun. Dengan melakukan kombinasi di dalam desain manufaktur antara orientasi terhadap konsumen dengan penggunaan waktu yang tepat dan efektif maka perusahaan dapat mencapai profit yang maksimal (Christiano,dkk, 2000). Toyota Lexus di tahun 1994 telah memberikan kontribusi sepertiga dari total keuntungan bagi Toyota, dimana hanya merepresentasikan hanya 2% dari *unit volume*. Kesuksesan ini merupakan hasil dari kemampuan Toyota dalam menghubungkan kemampuan

manufaktur yang mereka miliki dan berbagai sumber daya yang mereka mampu usahakan dalam jangka waktu tertentu menuju analisis yang hati-hati dari pangsa pasar masyarakat USA dengan pemikiran matang akan posisi produk mereka. Metode yang digunakan dalam desain dan pengembangan produk Toyota Lexus adalah adalah *Quality Function Deployment*.

UD Turbosound merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang elektronik. Perusahaan keluarga skala menengah ini merupakan *home industry* yang memproduksi *Amplifier*. Berlokasi di Jl. Sutorejo Utara 2 no.43, UD Turbosound saat ini tengah berencana membuat sebuah produk baru. Berdasarkan data yang ada, penjualan produk *Amplifier* Turbosound mencapai 20 hingga 25 buah perbulan di salah satu toko di Surabaya. Di toko yang sama, terdapat kompetitor yang merupakan produk lokal pula seperti Turbosound yang bernama produk X, penjualan produk X pun menempel ketat prosound dengan jumlah 20 lebih perbulan. UD. Turbosound sendiri memiliki fokus pada *Amplifier* yang digunakan untuk *keyboard* atau *microphone* saja, sedangkan produk X memiliki keunggulan pada variasi produknya yang dapat digunakan pada gitar, *keyboard*, *microphone*, *bass* dan *drum*. Selain hal tersebut terdapat pula saingan lokal lainnya yang tidak menjual produknya di toko tersebut namun juga menjadi kompetitor berat UD. Turbosound. Dengan adanya persaingan ketat yang ada, perlu adanya pengembangan yang dilakukan oleh U.D. Turbosound terhadap produknya sehingga produk yang diproduksi oleh UD. Turbosound dapat bertahan di tengah-tengah persaingan antar produk *Amplifier*, terlebih lagi mampu menjawab kebutuhan dari pelanggan dan mampu memposisikan produk mereka dengan tepat di dalam pasar sehingga UD. Turbosound mampu mencapai penjualan produk yang maksimal.

Dalam pengembangan produk UD Turbosound, peneliti mencoba menitikberatkan desain berdasarkan teknologi yang mampu disediakan perusahaan serta dengan adanya upaya melihat suara konsumen (*voice of customer*). Selama ini masih belum ada penelitian dan analisis yang berarti yang dilakukan UD Turbosound terhadap suara konsumen. UD Turbosound yang berencana mengembangkan produk tersebut membutuhkan sebuah analisis dan penilaian

terhadap suara konsumen. Apabila UD Turbosound tidak mampu mengatasi kendala ini, maka untuk langkah berikutnya, bukan tidak mungkin UD Turbosound akan mengalami kesulitan dalam mengambil posisi pangsa pasar diantara produk-produk *amplifier* yang telah banyak ada di pasaran dengan desain yang menarik dan fitur yang lengkap.

Analisis terhadap masalah yang ada menyebutkan pula suatu pernyataan bahwa UD Turbosound perlu suatu penilaian dengan menerjemahkan suara konsumen menjadi produk nyata yang dapat diukur dan dibentuk sehingga produk yang dihasilkan bisa disukai oleh konsumen. Seringkali pula tingkat kebutuhan konsumen selalu bertabrakan dengan tingkat usaha produsen, karena konsumen selalu menginginkan kebutuhan yang maksimal, namun produsen mempunyai keterbatasan. Disinilah, salah satu fungsi pengembangan desain produk, yaitu menjembatani untuk mendefinisikan apa yang konsumen inginkan, dengan apa yang bisa produsen lakukan, terutama dengan melihat kapasitas sumber daya dan peralatan perusahaan.

Metode *Quality Function Deployment* akan digunakan dalam penelitian pengembangan desain produk terbaru dari UD Turbosound. Dibuat oleh Professor Yoji Akae pada akhir tahun 1960, QFD merupakan alat yang terintegrasi untuk merekam kebutuhan dan keinginan dari penggunanya, dipadukan dengan karakteristik manufaktur sehingga dapat menghasilkan suatu hasil yang memuaskan penggunanya. Pada dasarnya QFD merupakan sistem yang berdasar pada manusia. Oleh sebab itu, konsumen menjadi kunci penting dalam pelaksanaannya. Pengambilan suara konsumen menjadi dasar dalam usaha pengembangan produk. Dengan metode ini, perusahaan dapat membuat pertukaran ide untuk menjadi jembatan diantara keinginan konsumen dan produk yang dapat dibuat oleh perusahaan. Diharapkan melalui metode ini, *Amplifier* yang dibuat oleh UD Turbosound dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang konsumen harapkan sehingga UD Turbosound mampu memimpin pasar yang ada dan mencapai keuntungan maksimal. Penelitian sebelumnya terkait dengan penggunaan metode QFD dalam barang elektronik juga telah dilakukan oleh Rian Permana dari Universitas Widayatama dengan tugas akhir berjudul “Desain Produk *Holder*

Connector VGA dengan *Quality Function Deployment* (QFD). Penelitian tersebut menggunakan empat fase QFD dan melakukan juga penghitungan harga pokok produksi. Kesimpulan yang didapatkan dari penelitian tersebut adalah desain *holder connector* VGA dapat mengurangi kerusakan konektor dan kabel yang ada di Universitas Widyatama. Didapatkan pula hasil penghitungan untuk biaya produksi per-unit dari *holder* VGA adalah sebesar Rp. 4697,00. Rian Permana memberikan saran bahwa untuk penelitian selanjutnya perlu dilakukan penambahan desain baik dari segi bentuk maupun ukuran, sehingga dapat muncul adanya fungsi tambahan untuk *holder* tersebut. Dengan adanya contoh penelitian ini, diharapkan didapat hasil dan pengembangan pula dalam penelitian usulan desain Amplifier peneliti.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dianalisis, maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam laporan ini adalah:

- 1) Apa saja persyaratan pelanggan terkait produk *Amplifier* Turbosound yang menjadi kebutuhan dan sesuai dengan keinginan pelanggan ?
- 2) Bagaimana pengembangan konsep dan desain *Amplifier* yang paling sesuai dengan keinginan konsumen berdasarkan respon teknis dalam metode *Quality Function Deployment*?
- 3) Berdasarkan pertimbangan prioritas yang ada, maka target desain apa saja yang perlu untuk diutamakan oleh pihak UD. Turbosound sebagai upaya dalam pengembangan produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian dan pengembangan desain produk ini dibuat dalam suatu karya tulis agar memenuhi beberapa tujuan, yakni sebagai berikut:

- 1) Mengetahui persyaratan pelanggan terkait produk *Amplifier* Turbosound yang menjadi kebutuhan dan sesuai dengan keinginan pengguna.
- 2) Membentuk konsep dan desain *Amplifier* yang paling sesuai dengan keinginan konsumen berdasarkan respon teknis dalam metode *Quality Function Deployment*.
- 3) Mengetahui prioritas target desain yang perlu diutamakan oleh UD. Turbosound sebagai upaya dalam pengembangan produk yang sesuai dengan kriteria konsumen.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian Tugas Akhir ini dibagi dua, yakni:

- 1) Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian pengembangan desain produk *Amplifier*, UD Turbosound akan dapat membuat produk yang disukai dan dibutuhkan oleh konsumen pengguna. Dengan demikian daya saing perusahaan akan semakin meningkat.

- 2) Bagi Keilmuan

Dengan penelitian dan pengembangan desain produk menggunakan metode QFD ini, bidang keilmuan dapat menggunakan hasil akhir dari penelitian ini sebagai referensi dan perbandingan dengan teori dan penelitian lainnya yang dilakukan oleh peneliti lain.

1.5. Ruang lingkup dan Batasan penelitian

Penelitian yang dilakukan bersifat terbatas dengan beberapa ruang lingkup dan batasan yang ada, diantaranya adalah:

1. Desain *Amplifier* berdasarkan keinginan konsumen memiliki asumsi dapat diakomodasi oleh teknologi yang dimiliki UD. Turbosound.

2. Penilaian *Planning Matrix* atau *Competitor Competitive Assesment* dilakukan pihak internal UD. Turbosound dan peneliti berdasarkan asumsi bahwa pihak UD. Turbosound telah mengerti seluk beluk produk kompetitor.
3. Terkait dengan Metode *Quality Function Deployment*, penelitian hanya dilakukan pada tahap HOQ fase pertama saja dikarenakan keterbatasan waktu penelitian.
4. Terkait dengan proses input data, hal yang dievaluasi dalam QFD ini adalah aspek fisik produk, bukan jasa penjualan produk yang dilakukan perusahaan.
5. Responden yang berhasil didapatkan berjumlah lima belas (15) responden karena keterbatasan responden yang mengetahui seluk beluk *Amplifier* Turbosound, Behringer dan RCH. Dengan 15 responden yang merupakan *key customer* ini telah didapatkan asumsi bahwa hasil wawancara telah cukup lengkap dalam melihat keinginan pelanggan terhadap produk *Amplifier*. Sebab telah disinyalir adanya persyaratan pelanggan yang terus berulang disebutkan dan tidak adanya ide baru yang muncul terkait dalam identifikasi persyaratan pelanggan.

1.6. Sistematika Penulisan Laporan

Agar gambaran penelitian dapat terlihat jelas dan menyeluruh, penelitian ini tersusun atas lima bab dengan pembagian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan penelitian, asumsi dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Menjelaskan berbagai teori yang menjadi landasan pijakan bagi penelitian yang dilakukan. Dijelaskan pula berbagai hasil penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan teori dasar yang ada.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini dijelaskan langkah penelitian yang akan dilakukan, teknik pengumpulan, pembahasan dan pengolahan data.

BAB IV HASIL PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Berisi data hasil olahan yang selanjutnya akan dianalisis serta dibahas sebagai bahan perumusan alternatif kebijakan yang akan diambil.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan hasil penelitian kemudian disimpulkan. Berisi pula berbagai alternatif saran bagi perusahaan untuk masa mendatang serta bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN