

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Kontler, NPD atau New Product Development adalah suatu pengembangan dari produk original, melakukan modifikasi pada produk dan merk yang didapatkan melalui departemen research and development pada perusahaan. (Saputro et al., 2019). Untuk membuat suatu produk yang sudah memiliki kompetitor sebelumnya bukanlah hal yang mudah. Produk terbaru harus dirancang untuk bersaing dengan produk sebelumnya dan memahami kelemahan serta kelebihan produk pesaing. Dengan begitu, ketika produk baru diluncurkan, produk tersebut mampu bersaing dan mengungguli produk kompetitor.

New Product Development (NPD) merupakan bagian pembelajaran yang sangat penting dalam dunia bisnis. Salah satu alasan utamanya adalah proses pengembangan produk baru bertindak sebagai mesin inovasi yang memungkinkan perusahaan menciptakan produk atau layanan baru sebagai respons terhadap perubahan tren pasar. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, inovasi menjadi kunci terpenting untuk mempertahankan daya saing.

Hashbrown adalah produk berbahan dasar kentang yang diolah dengan berbagai cara, seperti diparut, dipotong balok tipis, dipotong dadu, atau ditekan menggunakan alat pemotong kentang sebelum digoreng. *Hashbrown* memiliki tekstur yang lembut, lunak, dan padat (Popik, 2009). Biasanya, bahan baku hashbrown meliputi kentang, singkong, dan lobak. Dalam proyek ini, saya menggunakan kentang sebagai bahan utama hashbrown.

Kentang (*Solanum tuberosum*, L.) adalah umbi-umbian yang sangat populer dan sering dijadikan sumber karbohidrat atau makanan pokok di seluruh dunia, menempati posisi penting setelah gandum, jagung, dan beras. Sebagai umbi-umbian, kentang memiliki kandungan gizi yang signifikan (Niederhauser, 1993 dalam Anonim, 2013). Kentang rendah lemak dan kolesterol, tetapi kaya akan karbohidrat, natrium, serat, protein, vitamin C, kalsium, zat besi, dan vitamin B6 (Kolasa, 1993 dalam Anonim, 2013). Berkat kandungan nutrisinya yang tinggi, kentang sering dijadikan bahan baku untuk berbagai produk makanan, termasuk hashbrown yang terkenal dengan kandungan karbohidrat dan proteinnya yang tinggi. Selain itu, kentang dapat diolah menjadi berbagai hidangan yang tidak hanya lezat tetapi juga bergizi, menjadikannya pilihan favorit di berbagai belahan dunia.

Pemilihan kentang sebagai bahan baku hashbrown didasarkan pada kandungan protein dan karbohidratnya yang tinggi. Selain itu, kualitas protein dalam kentang lebih unggul dibandingkan dengan kedelai dan kacang-kacangan lainnya. Sehingga kentang dipilih sebagai bahan utama dalam mengimplementasikan inovasi pada produk. Hashbrown biasanya dijual di restoran cepat saji seperti McDonald's, namun cabang McDonald's di Padang hanya ada dua. Terlebih, cita rasa hashbrown Mcd terasa sedikit hambar. Ukurannya yang kecil tidak cukup mengenyangkan jika hanya membeli 1 potong. Ketersediaan saos yang tidak bervariasi membuat hashbrown lebih monoton. Melihat reaksi dari masyarakat umum yang menyukai hashbrown dan sedikitnya pengusaha yang menjual hashbrown. Oleh karena itu, peneliti menawarkan Hashbrown dengan kualitas yang lebih baik, cita rasa yang lebih menggugah selera, ukuran yang lebih

besar, serta lebih bervariasi dari isi hashbrown maupun saus yang ditawarkan. Hashbrown yang dibuat dengan pengembangan yang tinggi dalam bentuk nilai tambah untuk membedakannya dengan produk hashbrown lain.

Diharapkan Hashbrown akan menjadi produk inovatif, dapat disajikan tanpa menghilangkan khasiat kentang yang ada didalamnya. Oleh karena itu banyak dibutuhkan pengembangan pada Hashbrown agar tetap ada pengembangan produk yang berkualitas tinggi tanpa menghilangkan kandungan yang ada didalamnya. Dengan bahan dasar kentang, tentunya kandungan karbohidratnya tinggi dan mampu membuat kenyang. Selain itu, karena digoreng, makanan ini juga memiliki daya tahan yang lebih lama.

Biasanya, kentang sering diolah menjadi kentang goreng dan kripik kentang. Namun, belum ditemukan olahan kentang yang bisa menjadi menu sarapan dengan mudah dibuat, dapat dimasak kapan pun, dan mengenyangkan. Inovasi hashbrown akan menjadi jawabannya. Nantinya, hashbrown akan berbentuk seperti nugget dengan bentuk yang lebih besar dengan isianya padat dan semakin nikmat jika dicocol saus. Selain itu, hashbrown akan dibuat dengan isian keju yang meleleh ketika dimakan. Varian lain yang ditawarkan adalah hashbrown dengan isian coklat agar semakin terasa mengenyangkan. Disediakan juga pilihan saus atau mayonnaise sesuai permintaan konsumen.

Dengan semakin ketatnya persaingan di industri makanan, para pelaku pasar diharapkan untuk terus menawarkan produk-produk yang memiliki keunggulan berupa nilai tambah jual yang membedakannya dengan produk lainnya. Nilai tambah inilah yang akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

Oleh karena itu hal ini menjadi kemudahan sendiri dalam pengembangan produk ini, terlebih lagi. Hashbrown terdapat di tempat makanan cepat saji, seperti yang kita ketahui restoran cepat saji sedikit di Kota Padang. Sehingga membutuhkan usaha agar masyarakat dapat merasakan hashbrown ini tanpa membelinya di tempat makanan cepat saji. oleh karena itu saya memilih *hashbrown* sebagai produk penelitian sehingga masyarakat mendapatkan hashbrown dengan mudah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diberikan, dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah yang relevan:

- a) Bagaimana proses perancangan produk berbahan dasar Hashbrown yang dapat dikembangkan melalui prinsip/konsep *New Product Development*?
- b) Bagaimana *Hashbrown* dapat menjadi alternatif yang tersedia di pasar lokal (seperti di Kota Padang) dan bersaing dengan produk serupa yang ada di restoran cepat saji?

1.3 Tujuan Masalah

Berikut adalah tujuan yang dapat diidentifikasi dari rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya:

- a) Menjelaskan dan menganalisis bagaimana proses perancangan produk berbahan dasar Hashbrown yang dapat dikembangkan melalui prinsip/konsep *New Product Development*.
- b) Menjadikan *Hashbrown* sebagai alternatif yang tersedia di pasar lokal dan bersaing dengan produk serupa yang ada di restoran cepat saji.

1.4 Manfaat

a) Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis dapat memberikan wawasan baru dalam bidang pengembangan produk, terutama dalam konteks produk makanan. Ini akan membantu mengembangkan teori dan pemahaman tentang bagaimana inovasi produk dapat memengaruhi daya saing perusahaan.

b) Manfaat Praktis

Manfaat secara praktis hasil yang dapat membantu peneliti untuk mengembangkan dan meluncurkan Hashbrown dengan lebih baik dan ini berpotensi meningkatkan pendapatan dan nilai jual produk.

1.5 Ruang Lingkup

Pada pembahasan ini berfokus pada:

- a) Pengembangan produk baru berbasis kentang Hashbrown.
- b) Memperkenalkan produk kentang Hashbrown kepada masyarakat Kota Padang, terutama mahasiswa Unand dan menjadikannya sebagai alternatif yang tersedia di pasar lokal.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan

Secara keseluruhan, proyek ini mencakup lima bab sistem penulisan yang disusun menjadi beberapa bab dan dapat diuraikan sebagai berikut:

a) BAB I: Pendahuluan

Bagian ini memberikan gambaran umum tentang proyek yang mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat, ruang lingkup, serta sistematika penulisan.

b) BAB II: Tinjauan Literatur Projek

Berisikan pembahasan konsep dan teori yang menjadi dasar dalam merancang model bisnis dari projek.

c) BAB III: Metode Pelaksanaan Projek

Bagian ini menjelaskan bagaimana merancang dan menjalankan sebuah projek yang mencakup desain projek, subjek projek, prosedur pengembangan produk baru pada kentang, instrumen data, sasaran, defenisi operasional projek, dan metode analisis data.

d) BAB IV: Implementasi Projek

Memuat analisis kelayakan projek dari deskripsi usaha, strategi bisnis, hasil dan pembahasan wawancara, serta dampak bisnis terhadap inovasi produk.

e) BAB V: Penutup

Berisikan kesimpulan dan saran berdasarkan kajian dalam perancangan penelitian.

