

# BAB I

## PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan, batasan masalah serta sistematika penulisan mengenai pengembangan produk minuman coklat pada Chocolate Changer.

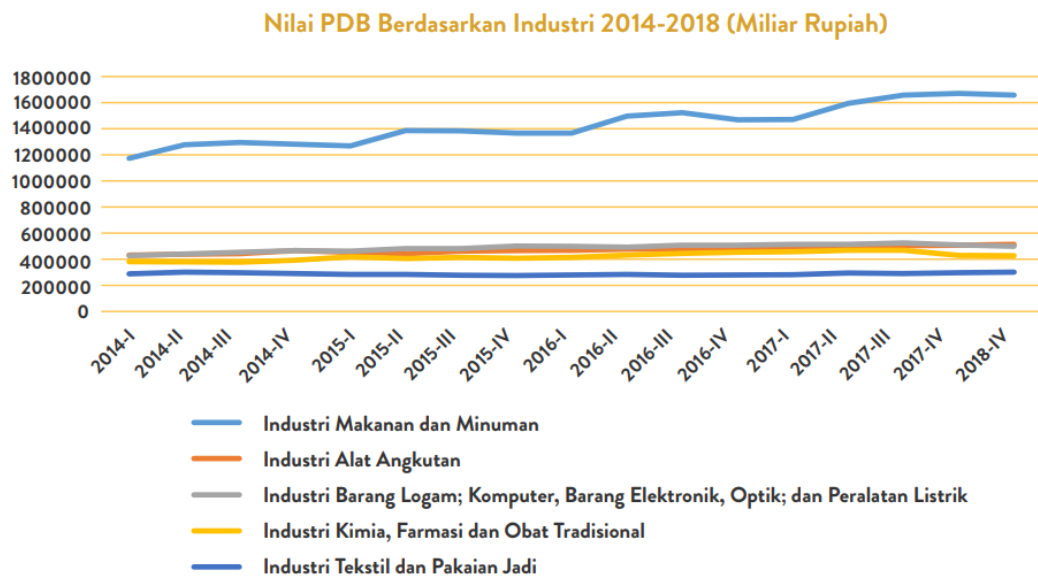
### 1.1 Latar Belakang

Saat ini, masyarakat dihadapi oleh perkembangan teknologi yang mampu membuat industri menjadi semakin kreatif dan inovatif dalam memproduksi suatu produk. Pertumbuhan masyarakat di Indonesia yang semakin bertambah juga membuat daya beli produk semakin meningkat. Mahardika (2018) mengatakan bahwa salah satu industri yang mampu menopang perindustrian di Indonesia adalah industri makanan dan minuman. Hal itu dapat dilihat pada pertumbuhan jumlah perusahaan industri makanan dan minuman di Indonesia tahun 2012 – 2017 pada **Gambar 1.1**.



**Gambar 1.1** Pertumbuhan Perusahaan Industri Makanan dan Minuman  
(Sumber: BPS, diolah)

Pertumbuhan jumlah perusahaan besar di industri makanan dan minuman meningkat setiap tahunnya berdasarkan **Gambar 1.1** walaupun pada tahun 2017 mengalami penurunan. Peningkatan yang terjadi dapat dipengaruhi oleh gaya hidup dan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Hal itu dapat dibuktikan dengan tingginya nilai yang diberikan oleh sektor industri makanan dan minuman terhadap PDB Indonesia dibandingkan dengan sektor industri lainnya yang dapat dilihat pada **Gambar 1.2**.



**Gambar 1.2** Nilai PDB Berdasarkan Industri 2014 – 2018 (Miliar Rupiah)  
(Sumber: Mahardika, 2018)

Bisnis di bidang industri makanan dan minuman saat ini mampu menawarkan produk dengan berbagai variasi secara langsung kepada konsumen. Banyak perusahaan besar atau kecil yang terjun ke dalam bisnis minuman dan makanan kekinian saat ini. Hal itu dapat dilihat dengan banyaknya *café* atau gerai yang ada di kota-kota besar di Indonesia. *Café* atau gerai tersebut menawarkan produk makanan dan minuman yang berbeda-beda kepada konsumen. Salah satu bisnis makanan dan minuman kekinian saat ini adalah minuman cokelat. Cokelat dibuat dari biji kakao di mana Indonesia merupakan salah satu negara terbesar dalam memproduksi kakao di dunia yang dapat dilihat pada **Tabel 1.1**.

**Tabel 1.1** Daftar 10 Negara Produsen Kakao Terbesar Tahun 2019

No.	Negara	Jumlah Produksi (Ton)
1	Pantai Gading	2,180,000
2	Ghana	811,700
3	Indonesia	783,978
4	Nigeria	350,146
5	Ecuador	283,680
6	Cameroon	280,000
7	Brazil	259,425
8	Peru	135,928
9	Colombia	102,154
10	Dominican Republic	88,961

(Sumber: FAO)

Kakao yang dihasilkan oleh Indonesia akan diolah menjadi beberapa produk, seperti *cocoa liquor*, *cocoa butter*, *cocoa cake*, dan *cocoa powder* (kemenperin.go.id, 2019). Sebagai salah satu produsen kakao terbesar di dunia, pada tahun 2018 produk olahan kakao yang dihasilkan oleh Indonesia mayoritas 85% diekspor yaitu sebesar 328.329 ton, sedangkan sisanya 15% yaitu sebanyak 58.341 dipasarkan di Indonesia (kemenperin.go.id, 2019). Tingkat konsumsi masyarakat di Indonesia terhadap hasil produk olahan kakao masih tergolong rendah dibandingkan dengan negara di Asia lainnya. Saleh Husin pada saat itu menjabat sebagai Menteri Perindustrian mengatakan dalam peringatan Hari Kakao Indonesia ke-3 di Yogyakarta pada September 2015 bahwa konsumsi masyarakat terhadap produk olahan kakao hanya berkisar sebesar 0,5 kg per kapita per tahun dimana Malaysia dan Singapura tingkat konsumsi masyarakatnya mencapai 1 kg per kapita per tahun dan di Eropa mencapai hingga 8 kg per kapita per tahun (rikolto.org, 2015).

Tingkat konsumsi masyarakat Indonesia yang masih cukup rendah dengan hasil olahan produk kakao akan membuat bisnis cokelat yang ada di Indonesia menjadi semakin rendah pula. Oleh karena itu, pemerintah perlu meningkatkan kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi cokelat dengan pemberian edukasi dan

promosi baik dilakukan di dalam maupun di luar negeri (kemenperin.go.id, 2019). Selain itu, Kementerian Perindustrian juga menegaskan untuk melakukan pengembangan industri pengolahan kakao yang akan menghasilkan produk olahan coklat dengan berbagai macam variasi. Dengan kata lain, pengusaha yang memiliki bisnis pada makanan dan minuman coklat dituntut semakin kreatif dalam mengembangkan produknya kepada konsumen dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Hal itu diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk mengonsumsi coklat dan juga bisnis coklat yang ada di Indonesia dapat terus berkembang dan meningkat.

Chocolate Changer adalah salah satu bisnis minuman coklat yang sudah berdiri di Kota Padang sejak tahun 2014 dengan sistem pelayanan *take away*. Gerai Chocolate Changer saat ini juga sudah terdapat di beberapa kota seperti Bukittinggi, Pekanbaru dan Bandung. Indah sebagai pengelola Chocolate Changer wilayah Padang pada saat diwawancara melalui *whatsapp* Rabu (25/11/2020) mengatakan bahwa setiap tahunnya terjadi penambahan 1 sampai 2 gerai Chocolate Changer. Di Kota Padang sendiri, sudah terdapat 10 gerai Chocolate Changer yang bisa dikatakan cukup banyak untuk saat ini.

Minuman coklat yang dijual oleh Chocolate Changer dibuat dari bahan kakao asli yang dicampur dengan bahan lainnya. Minuman coklat ini awalnya ditujukan kepada para pelajar dengan harga yang terjangkau. Akan tetapi, banyak dari masyarakat yang bukan pelajar juga membeli minuman Chocolate Changer ini. Hal itu dikarenakan rasa coklat dari Chocolate Changer ini sangat berasa dan nikmat dan juga harga yang ditawarkan sangat terjangkau di segala kalangan masyarakat. Indah saat diwawancara melalui *whatsapp* Selasa (26/10/2020) juga mengatakan bahwa peminat dari minuman coklat ini terus meningkat dari tahun ke tahun karena konsumen yang ada di Kota Padang sangat loyal kepada Chocolate Changer dan bisnis ini fokus untuk mengutamakan kepuasan pelanggan dari segi rasa dan kualitas. Hal itu dapat dilihat dari peningkatan jumlah gerai Chocolate Changer yang terjadi setiap tahunnya dan untuk saat ini rata-rata penjualan di setiap gerai di Kota Padang 2 liter coklat pasta per harinya.

Menu dari Chocolate Changer ini hanya menawarkan satu varian rasa coklat dengan satu ukuran *cup* dan beberapa *topping* yang dapat dipilih seperti *milk pudding*, *jelly melon*, *jelly strawberry* dan *bubble*. Hal itu membuat pelanggan yang ingin membeli minuman coklat dengan varian lain dan memesan minuman dengan ukuran yang diinginkan tidak bisa dilakukan karena Chocolate Changer tidak menyediakan pilihan tersebut. Padahal, bisnis Chocolate Changer sudah dikenal oleh masyarakat di Kota Padang.

Wang dan Shih (2013) mengatakan bahwa di era globalisasi saat ini, permintaan dari pelanggan berubah secara dinamis dengan didorong oleh perkembangan teknologi sehingga membuat pasar bisnis harus bisa menawarkan produk yang sesuai. Hal ini membuat tingkat persaingan bisnis semakin tinggi dan bisnis Chocolate Changer harus mampu mengikuti *trend* konsumen saat ini pada minuman kekinian. Untuk dapat terus berkembang pada bisnis ini, pemilik dari Chocolate Changer ingin melakukan pengembangan produk yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Akan tetapi, pemilik dari Chocolate Changer tidak ingin menghilangkan ciri khas dari rasa biji kakao yang diolahnya. Berdasarkan hasil kuesioner pendahuluan kepada konsumen Chocolate Changer pada tanggal 18 Januari 2021 sebanyak 70 responden, didapatkan bahwa 87% responden ingin produk ini dikembangkan dimana secara keseluruhan konsumen ingin Chocolate Changer mengembangkan variasi rasa coklat yang dijual, *topping* serta pilihan ukuran *cup* dari minumannya. Hal ini dikarenakan, konsumen terkadang merasa bosan dengan tidak adanya pilihan variasi rasa yang disediakan dan konsumen yang menyukai minuman coklat juga ingin membeli produknya dalam ukuran besar. Selain itu, supaya bisnis Chocolate Changer tidak kehilangan konsumen nantinya.

Wedowati dkk. (2020) menyatakan bahwa proses produksi yang terjadi pada industri makanan dan minuman memungkinkan untuk melakukan produksi berbagai jenis produk dengan menggunakan bahan mentah yang sama. Namun, perusahaan tidak akan dapat memenuhi semua permintaan dari konsumen yang berbeda satu sama lainnya. Tajuddin dalam Gustianda (2013) mengatakan bahwa

permintaan dan kebutuhan konsumen yang berbeda dan sulit dipahami membuat suatu perusahaan harus mengembangkan konsep baru untuk mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Konsep *mass production* tidak dapat digunakan dalam melakukan pengembangan produk yang fleksibel sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen karena *mass production* digunakan untuk menghasilkan produk dengan skala besar tanpa variasi produk yang banyak. Oleh karena itu, pada akhir 1980-an muncul konsep *mass customization* yang dapat mengatasi permintaan dari konsumen yang berbeda-beda tersebut (Pine dalam Hu, 2013).

*Mass customization* merupakan suatu konsep yang muncul untuk dapat melayani dan menyediakan produk yang disesuaikan dengan konsumen dan diproduksi dalam jumlah banyak tanpa menaikkan biaya produksinya (Tseng dkk., 1996; Xu, 2007). Berkaitan dengan hal tersebut, maka bisnis Chocolate Changer dapat menerapkan konsep *mass customization* dalam mengembangkan produk minuman coklat karena sesuai dengan fokus utama dari bisnis ini yaitu memuaskan pelanggan dari segi rasa dan kualitas juga sistem produksi yang fleksibel. Selain itu, konsep *mass customization* dapat diterapkan pada bisnis ini karena gerai Chocolate Changer nantinya dapat melakukan kustomisasi minuman coklat terhadap permintaan konsumen sesuai dengan pilihan varian yang ada dan melakukan produksi minuman coklat dalam jumlah yang banyak sesuai dengan perhitungan kebutuhan nantinya.

Penelitian terkait pengembangan produk sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti seperti yang disajikan oleh Budiyanti (2013) dengan judul “Pengembangan Produk Wafer Cokelat Beng-Beng Berdasarkan Preferensi Konsumen” dimana pada penelitian ini pengembangan produk yang dilakukan bertujuan untuk menghasilkan produk dalam jumlah banyak dengan berbagai macam variasi yang disesuaikan dengan konsumen menggunakan metode *conjoint analysis*. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Purba dkk. (2018) dengan judul “Pengembangan Produk Makanan Cokelat Berbasis Preferensi Konsumen” dimana penelitian ini menentukan atribut penting bagi konsumen dalam membeli makanan coklat dengan menggunakan metode *importance performance analysis*. Wang dan

Wang (2014) juga melakukan penelitian yang berjudul “*Combining Fuzzy AHP and Fuzzy Kano to Optimize Product Varieties for Smart Cameras: A Zero-One Integer Programming Perspective*” dimana pada penelitian ini dilakukan pengoptimalan variasi produk dalam pengembangan yang dilakukan sesuai dengan preferensi konsumen menggunakan metode AHP dan Kano.

Berdasarkan penelitian terdahulu dan permasalahan diatas, maka bisnis minuman kekinian pada Chocolate Changer perlu melakukan pengembangan produk. Hal itu dilakukan agar bisnis Chocolate Changer dapat menyediakan produk yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumennya. Selain itu, supaya bisnis ini dapat bersaing dengan bisnis lainnya di pasar minuman kekinian dan dapat menjaga kepuasan konsumen terhadap produk minuman yang ditawarkan.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang diatas dapat diketahui bahwa rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu “Bagaimana mengembangkan produk minuman coklat sesuai dengan permintaan dan kebutuhan konsumen yang berbeda-beda pada bisnis Chocolate Changer?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen serta atribut yang dianggap penting oleh konsumen terhadap minuman coklat pada Chocolate Changer.
2. Merancang alternatif konfigurasi minuman coklat yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen pada Chocolate Changer.
3. Mengidentifikasi preferensi konsumen terhadap kombinasi atribut dan level yang dianggap penting pada produk minuman coklat Chocolate Changer.
4. Menentukan jenis modul yang harus disediakan dalam pengembangan produk minuman coklat pada Chocolate Changer.

#### 1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang dilakukan pada penelitian ini, yaitu:

1. Produk yang digunakan untuk melakukan pengembangan produk adalah minuman coklat yang sudah ada di Chocolate Changer dengan asumsi pengembangan produk yang dilakukan tidak benar-benar baru.
2. Responden diambil dari konsumen yang pernah mengonsumsi minuman coklat Chocolate Changer.
3. Pengembangan produk minuman coklat yang dilakukan pada Chocolate Changer tidak memperhitungkan biaya.

#### 1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan kerja praktek sebagai berikut:

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan, batasan masalah serta sistematika penulisan mengenai pengembangan produk minuman coklat pada bisnis Chocolate Changer.

##### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan mengenai landasan teori yang berhubungan dengan topik, yaitu pengembangan produk, *mass customization*, *mass customization in food industry*, *modular design*, preferensi konsumen, perbandingan metode dalam menemukan preferensi konsumen, *conjoint analysis*, *decision making trial and evaluation (DEMATEL)*, pengujian statistik dan penelitian terdahulu.

##### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan mengenai tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian yang dilakukan, mulai dari studi pendahuluan, identifikasi masalah, rumusan masalah, pemilihan metode, metode pengumpulan data, pengolahan data, analisis dan penutup.



#### **BAB IV PENGEMBANGAN PRODUK MINUMAN COKELAT**

Bab ini berisikan hasil pengumpulan dan pengolahan data yang telah didapatkan untuk melakukan pengembangan produk minuman cokelat Chocolate Changer.

#### **BAB V ANALISIS**

Bab ini berisikan mengenai analisis karakteristik responden pada kuesioner tahap I dan tahap II, analisis deskriptif terhadap faktor penting pada minuman cokelat, analisis preferensi kosumen terhadap produk minuman cokelat menggunakan pendekatan *conjoint analysis* dan analisis modul standar pada pengembangan produk minuman cokelat.

#### **BAB VI PENUTUP**

Bab ini berisikan mengenai kesimpulan terhadap hasil pengolahan data dan analisis data yang dilakukan dan saran terhadap penelitian selanjutnya.

