

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini, para pelanggan atau konsumen cenderung memilih produk menurut pilihan dan kenyamanan mereka. Mereka menyampaikan keinginan-keinginan mereka dengan kata-kata yang abstrak. Maka dari itu akan sangat menguntungkan bagi pabrik jika mereka dapat menangkap pikiran konsumen dan dapat menunjukkan kepada mereka model-model yang sangat pas dengan citra (*image*) mereka. istilah pilihan dan permintaan mereka. Pabrik pun harus mengubah sikap dan strategi produksi menjadi *customer oriented*. Jadi, konsep *customer oriented* telah menjadi salah satu strategi penting menurut sudut pandang pemahaman dan pemenuhan terhadap keinginan dan permintaan pelanggan. Pada saat konsumen membeli barang, mereka mencari barang yang memiliki daya tarik

Pada situasi ini, sangatlah penting untuk menganalisa "*Human Kansei*" seperti perasaan atau emosi dan sangatlah penting untuk menerjemahkan informasi ini menjadi desain yang tepat dalam pengembangan produk baru. Nagamachi telah mengambil bentuk kongkrit mengenai ide ini dan telah mengembangkan "*Kansei Engineering*" sebagai sebuah teknologi yang efektif untuk tujuan mendukung konsumen dalam pengambilan keputusan dan kreativitas desainer (Nagamichi, 1995).

Kansei Engineering sebagai jenis teknologi ergonomik manusia, dapat didefinisikan sebagai sebuah metodologi untuk menerjemahkan proses psikologis manusia seperti perasaan dan emosi yang berkaitan dengan produk-produk menjadi elemen-elemen desain produk yang sesuai seperti ukuran, bentuk, dan warna.

Salah satu produk yang lebih banyak mementingkan desain secara *update* pada saat ini adalah produk *electric guitar*. Dulu para penikmat musik hanya melihat permainan gitar dari segi kualitas suara saja. Namun manusia itu memiliki tingkat kejenuhan yang tinggi, dan mereka pun tak jarang menilai performance ataupun keindahan dan bentuk gitar yang dimainkan oleh pemain musik.

Dengan menggunakan metode *Kansei* ini kita bisa mengetahui keinginan konsumen gitar elektrik dari segi psikologis kejiwaan yaitu perasaan dan emosi konsumen dan dapat memudahkan kreativitas desainer dalam menterjemahkan keinginan konsumen kedalam sebuah desain produk.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana cara mengembangkan produk gitar elektrik dengan mengidentifikasi konsumen gitar elektrik sehingga diperoleh spesifikasi yang sesuai berdasarkan citra (*image*) konsumen dengan menggunakan metode *kansei engineering*.

1.3 Batasan Masalah

Untuk membuat penelitian ini berpusat pada pembatasan masalahnya adalah:

- a. Responden kuesioner yang dipilih adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta Fakultas Teknik Industri dan pelajar sekolah menengah dari SMU Muhammadiyah I Surakarta.
- b. Tidak menyinggung teknologi yang digunakan.
- c. *Kansei Word* yang digunakan bersumber dari konsumen, internet, majalah dan kamus bahasa Indonesia karangan Agus Sulistyono dan Agus Mulyono.
- d. Penelitian menggunakan 5 desain elemen, yaitu bentuk, warna, aksesoris, bahan dan ukuran. Sedangkan suara menyesuaikan.
- e. Hasil penelitian ini adalah desain gambar gitar elektrik.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan dalam mencapai tujuan di bawah ini:

- a. Mengetahui spesifikasi desain produk gitar elektrik yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.
- b. Untuk menentukan nilai dari masing-masing kategori dari desain gitar elektrik yang mengindikasikan hubungannya dengan masing-masing *Kansei Word*.

- c. Mengetahui pengaruh atribut – atribut *kansei* dengan cara pandang konsumen terhadap produk gitar elektrik.

1.5 Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat yang diambil penulis dari penelitian ini :

- a. Menambah pengetahuan penulis tentang macam – macam variasi gitar elektrik.
- b. Menambah informasi pada penulis tentang bagaimana spesifikasi produk gitar elektrik yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.
- c. Menambah pengetahuan penulis tentang teknik *kansei engineering*.
- d. Memfasilitasi desainer dalam mengembangkan desain gitar elektrik yang sesuai citra (*image*) agar dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika yang digunakan dalam penulisan ini mengikuti pola sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan memberikan gambaran mengenai masalah yang akan dibahas, yang berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang landasan teori yang relevan dengan masalah pengembangan produk, mencakup pengertian produk, perencanaan dan pengembangan produk, daur hidup produk (*Product Life Cycle*), pertimbangan dalam pembuatan produk baru, strategi desain dan pengembangan produk, tahapan desain produk berdasarkan citra (*image*) konsumen dengan *Kansei Engineering System* (KES), Analisa faktor, evaluasi *Semantic Differential* (SD), uji validitas butir dan reliabilitas butir.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang obyek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, serta kerangka pemecahan masalah.

BAB IV PENGOLAHAN DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang sejarah perusahaan, struktur organisasi, proses produksi, sistem pemasaran, pengolahan data, analisis data terhadap penelitian pada perusahaan serta analisis sesuai dengan rumus matematis.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian penutup yang berisikan hasil pokok yang diperoleh dari penjabaran hasil penelitian dan pembahasan, serta saran-saran dari penulis berkaitan dengan tindakan-tindakan yang dapat diambil berkenaan dengan hasil yang diperoleh dari pembahasan dan analisis pada bagian sebelumnya.

1.7 Tinjauan Pustaka

Dalam penulisan laporan ini penulis menggunakan beberapa tinjauan pustaka antara lain:

1. Yuliani (2004)

Judul : mengkonstruksi *database kansei* dengan cara menentukan nilai-nilai kategori untuk membantu pengembangan produk dalam desain *fashion bag* dengan menggunakan metode *Kansei Engineering System*

Isinya : *Kansei Engineering*, sebagai salah satu jenis teknologi ergonomik manusia, dapat didefinisikan sebagai sebuah metodologi untuk menerjemahkan proses-proses psikologis manusia seperti ukuran, bentuk dan warna. Sedangkan analisa *conjoint* digunakan untuk menemukan nilai antara desain elemen dan *kansei word*.

Hasilnya : *Database Kansei* dalam bentuk persamaan regresi yang dikonstruksi oleh nilai pengujian dari image konsumen dan desain elemen.

Database ini dapat digunakan untuk membantu pengembangan produk desain *fashion bag* dengan cara mengidentifikasi kategori-kategori yang berhubungan erat dengan masingmasing *Kansei Word*.

2. Hadi (2001)

Judul : memilih produk desain setir mobil berdasarkan perasaan atau citra terhadap produk dengan melalui beberapa faktor antara lain: estetika, evaluasi emosional, warna, tekstur dan *reliability*

Isinya : dengan menggunakan JST (Jaringan Syaraf Tiruan) model *Back-Propagation* digunakan sebagai *inference engine* dalam pengambilan keputusan berdasarkan basis pengetahuan yang telah dibangun.

Hasilnya : didapatkannya desain produk setir mobil (*steering wheel*) yang meliputi: bentuk tombol kenop (*shape of button*), jumlah jari-jari (*number of spokes*), material jari-jari (*material of spubes*), tekstur genggaman (*texture of grip*), gaya (*style of grip*) dan warna (*color*) yang merupakan representasi pola 16 pasangan kata kansei yang direduksi dalam 5 faktor utama. Dengan demikian desain produk yang dihasilkan tergantung dari preferensi yang diberikan oleh pelanggan melalui *Kansei Word*.

Dalam strategi produksi *customer oriented*, pabrik harus menginvestasikan permintaan psikologis pelanggan secara positif dan merefleksikan informasi yang didapat pada rencana produksi mereka untuk mengejar waktu untuk memasarkan (Nagamichi, 1995).

Pelayanan yang baik dapat diberikan kepada pelanggan bila perusahaan memahami kebutuhan pelanggan dan selalu berusaha untuk meningkatkan

pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan. Untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan akan atribut pelayanan, perilaku pelanggan, atribut pelayanan apa saja yang belum memenuhi harapan pelanggan, dan atribut pelayanan apa yang menarik bagi pelanggan maka dilakukan penyebaran kuesioner. Hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner akan diolah dan digunakan untuk mengkonstruksi *database* dengan *Kansei Word* berdasarkan citra (*image*) konsumen untuk mengetahui urutan prioritas langkah perbaikan yang perlu dilakukan perusahaan untuk meningkatkan performansi atribut pelayanan yang penting bagi pelanggan namun performansinya belum memenuhi harapan pelanggan.

Berdasarkan refrensi diatas maka penulis ingin mengembangkan teknik *kansei engineering* dalam sebuah produk gitar elektrik, dengan lebih memperhatikan sisi artistik, kenyamanan dan keunikan desain produk tanpa merubah fungsi utama dari produk yang diteliti (gitar elektrik).