

**Studi Kelayakan Industri Nasi Bungkus untuk Masyarakat
Berpenghasilan Rendah (MBR) dengan Menggunakan Metode *Quality
Function Development (QFD)***

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1
Pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri**



Nama : Nabitta Suri
Nomor Mahasiswa : 13 522 129

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA

2017

PERNYATAAN KEASLIAN

Demi Allah, saya akui karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang setiap satunya telah saya jelaskan sumbernya. Jika dikemudian hari ternyata terbukti pengakuan saya ini tidak benar dan melanggar peraturan yang sah dalam karya tulis dan hak kekayaan intelektual maka saya bersedia ijazah yang telah saya terima untuk ditarik kembali oleh Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, Agustus 2017



SURAT KETERANGAN

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa:

Nama : Nabitta Suri
NIM : 13522129
Jurusan : Teknik Industri
Fakultas : Teknologi Industri
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Indonesia
Alamat : Jalan Kaliurang Km 14,5 Sleman, Yogyakarta

Telah menyelesaikan penelitian yang berjudul “Studi Kelayakan Industri Nasi Bungkus untuk Masyarakat Berpenghasilan Rendah dengan Menggunakan Metode *Quality Function Development* (QFD)” di Usaha Nasi Bungkus milik Fajar Dwi Safitri untuk bahan Tugas Akhir/Skripsi pada tanggal 2 Mei 2017 sampai dengan 2 Juni 2017.

Demikian untuk surat keterangan ini, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 20 Juli 2017

Mengetahui,

Pemilik Usaha Nasi Bungkus



Fajar Dwi Safitri

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

**STUDI KELAYAKAN INDUSTRI NASI BUNGKUS UNTUK MASYARAKAT
BERPENGHASILAN RENDAH (MBR) DENGAN MENGGUNAKAN METODE
*QUALITY FUNCTION DEVELOPMENT (QFD)***

TUGAS AKHIR

Oleh

Nama : Nabitta Suri
No. Mahasiswa : 13522129

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Yogyakarta, Agustus 2017

Pembimbing,


(Taufiq Immawan, Dr,H.S.T.,M.M)

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

STUDI KELAYAKAN INDUSTRI NASI BUNGKUS UNTUK MASYARAKAT
BERPENGHASILAN RENDAH (MBR) DENGAN MENGGUNAKAN METODE
QUALITY FUNCTION DEVELOPMENT (QFD)

TUGAS AKHIR

Oleh

Nama : Nabitta Suri

No. Mahasiswa : 13522129

Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-I Teknik Industri

Yogyakarta, Agustus 2017

Tim Penguji

Taufiq Immawan, Dr.H.S.T.,M.M

Ketua

Sri Indrawati, S.T.,M.Eng

Anggota I

Sultan Fajar Abdillah, S.T.,M.Eng

Anggota II

Mengetahui,

Ketua Jurusan Teknik Industri

Universitas Islam Indonesia

Yuli Agusti Rochman, S.T., M.Eng.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Yang senantiasa memberikan dukungan serta doa kepada saya, Bapak Kunto dan Ibu Yekti.

Untuk Mbak Ayu dan Adik Idham tersayang

Bapak Taufiq Immawan, Dr., H.,S.T.,M.M yang telah memberikan bimbingan

Sahabat tercinta serta teman-teman Teknik Industri 2013



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

MOTTO

كُتِبَ عَلَيْكُمُ الْقِتَالُ وَهُوَ كُرْهُ لَكُمْ وَعَسَى أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا
وَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ وَعَسَى أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ
وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ﴿٢١٦﴾

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.” (QS. Al Baqarah 2;216)



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT atas berkat rahmat dan nikmat yang dicurahkan kepada seluruh hamba-Nya. Tak lupa sholawat dan salam senantiasa penulis panjatkan kepada nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, serta para pengikutnya yang telah berjuang dan membimbing kita keluar dari kegelapan menuju jalan terang benderang untuk menggapai ridho Allah SWT. Atas berkat rahmat Allah SWT, tugas akhir yang berjudul “Studi Kelayakan Industri untuk Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) dengan Menggunakan Metode *Quality Function Development* (QFD)” dapat diselesaikan dengan baik. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan studi Strata-1 pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.

Penyelesaian penyusunan tugas akhir ini tentu tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan bimbingan secara langsung maupun tidak langsung yaitu kepada:

1. Dekan Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
2. Ketua Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Taufiq Immawan, Dr.,H.,S.T.,M.M. selaku pembimbing dan memberikan solusi serta saran dalam penyelesaian tugas akhir ini.
4. Kedua orangtua tercinta, Bapak Kunto Aji dan Ibu Yekti Karti Dumilah, kakak Ayu Rinangku, adik Idham Muallam dan keluarga besar yang selalu memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang setiap waktu.
5. Fajar Safitri sebagai informan dan memberi beberapa data yang dibutuhkan dalam tugas akhir ini.
6. Sahabat terbaik Nora Silvia, Andika Verdiani, Amy Samka Pratiwi dan Mitasya Susilo yang senantiasa berbagi canda tawa sehingga penulis merasa bahagia
7. Manzula Maulida dan Keke Cahyaningtyas yang selalu memberi motivasi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini
8. Keluarga Teknik Industri 2013 yang telah memberikan banyak pengalaman serta menemani perjuangan untuk mencapai kesuksesan masa depan
9. Semua pihak yang telah mendoakan, mendukung, dan memotivasi selama penulisan tugas akhir yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga kebaikan-kebaikan yang diberikan menjadi amal sholeh dan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Aamiin.

Akhir kata, penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat khususnya di dunia ilmu pengetahuan. Penulis menyadari adanya kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini, sehingga dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Yogyakarta, Agustus 2017

Nabitta Suri



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui rancangan nasi bungkus yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka yang tergolong masyarakat berpenghasilan rendah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Quality Function Development (QFD) serta menganalisis usaha berdasarkan studi kelayakan bisnis pada aspek pasar dan pemasaran dan aspek finansial. Quality Function Development adalah alat yang digunakan untuk menterjemahkan kebutuhan konsumen mengenai nasi bungkus yang sesuai kebutuhan masyarakat berpenghasilan rendah. Sedangkan metode yang digunakan untuk menganalisis kelayakan industri nasi bungkus adalah dengan menggunakan metode Net Present Value, Internal Rate of Return, Annual Worth, Future Worth, Break Even Point dan Payback Period. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dengan menggunakan metode QFD, menu nasi bungkus yang terpilih adalah nasi ayam, nasi pindang, nasi teri, nasi tempe dan nasi sayur yang memiliki 3 ragam rasa yaitu manis, asin dan pedas. Dengan ukuran nasi 65 gram, lauk 15-20 gram, sambal 5 gram. Pada aspek pasar dan pemasaran adalah masyarakat berpenghasilan rendah pada usia remaja, dewasa dan lansia pada semua gender. Pada aspek finansialnya diperoleh nilai NPV mencapai nilai positif sebesar Rp 2.069.876.524,00, nilai Annual Worth sebesar Rp 303.781.940,00, nilai Future Worth sebesar Rp 6.496.159.221,00, nilai IRR mencapai 1112%, tingkat penjualan hasil produksi nasi lauk dari BEP 15.343 nasi bungkus dan tingkat penjualan hasil produksi nasi non lauk dari BEP 18.005 nasi bungkus serta Payback Period selama 3 hari. Sehingga berdasarkan kriteria NPV, AW, FW dan IRR dapat dikatakan unit usaha nasi bungkus layak dijalankan.

Kata Kunci: Quality Function Development, analisis finansial, nasi bungkus.

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
SURAT KETERANGAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Masalah	4
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Sosial Ekonomi	6
2.1.2 Teori Pendapatan	7
2.1.3 <i>Quality Function Development</i> (QFD).....	9
2.1.4 Studi Kelayakan Bisnis.....	12
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1 Lokasi Penelitian.....	22
3.2 Objek Penelitian.....	22
3.3 Jenis Data.....	23
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	23
3.5 Populasi dan Sampel.....	24
3.6 Data yang Diperlukan	25
3.7 Alur Penelitian	26
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	28
4.1. Pengumpulan Data dari Kuesioner QFD	28
4.1.1 Rekapitulasi Kuesioner Tahap 1.....	28

4.1.2	Rekapitulasi Kuesioner Tahap 2.....	30
4.1.3	Rekapitulasi Kuesioner Tahap 3.....	30
4.1.4	Aspek Pasar dan Pemasaran	30
4.1.5	Aspek Teknis dan Operasi.....	32
4.1.6	Aspek Finansial	34
4.2.	Pengolahan Data	39
4.2.1	<i>Quality Function Development</i>	39
4.2.2	Studi Kelayakan Bisnis.....	56
BAB V PEMBAHASAN.....		85
5.1	<i>Quality Function Development</i>	85
5.2	Studi Kelayakan Bisnis	87
5.2.1	<i>Forecasting</i>	87
5.2.2	Strategi Pengembangan Pasar	88
5.2.3	Aspek Finansial	88
BAB VI PENUTUP		92
6.1	Kesimpulan	92
6.2	Saran	93
DAFTAR PUSTAKA		94
LAMPIRAN.....		97



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Segmentasi Pasar	30
Tabel 4. 2 Data Penjualan	31
Tabel 4. 3 Kebutuhan Bahan Baku	32
Tabel 4. 4 Alat Produksi	34
Tabel 4. 5 Biaya Investasi.....	34
Tabel 4. 6 Biaya Tetap	35
Tabel 4. 7 Biaya Overhead Pabrik	36
Tabel 4. 8 Rincian Biaya Bahan Baku Nasi Ayam.....	36
Tabel 4. 9 Rincian Biaya Bahan Baku Nasi Ikan Pindang	36
Tabel 4. 10 Rincian Biaya Bahan Baku Nasi Ikan Teri.....	37
Tabel 4. 11 Rincian Biaya Bahan Baku Nasi Oseng Tempe	37
Tabel 4. 12 Rincian Biaya Bahan Baku Nasi Sayur	38
Tabel 4. 13 Uji Validitas.....	40
Tabel 4. 14 Uji Reliabilitas	41
Tabel 4. 15 Importance Rating Menu.....	42
Tabel 4. 16 Importance Rating Porsi	42
Tabel 4. 17 Importance Rating Rasa.....	43
Tabel 4. 18 Importance Rating Harga.....	43
Tabel 4. 19 Importance Rating Kemasan.....	43
Tabel 4. 20 Total Hasil Perhitungan Importance Rating	44
Tabel 4. 21 Target.....	44
Tabel 4. 22 Total Score Menu	50
Tabel 4. 23 Total Score Porsi.....	50
Tabel 4. 24 Total Score Rasa	51
Tabel 4. 25 Total Score Harga	51
Tabel 4. 26 Total Score Kemasan.....	51
Tabel 4. 27 Customer Competitive Evaluations.....	51
Tabel 4. 28 Improvement Ratio	53
Tabel 4. 29 Row Weight	53
Tabel 4. 30 Model Konstan.....	57
Tabel 4. 31 Metode Single Moving Average.....	58
Tabel 4. 32 Metode Centered Moving Average	61
Tabel 4. 33 Metode Exponential Smoothing	62
Tabel 4. 34 Tabel Akurasi Error Peramalan	65
Tabel 4. 35 Rencana Produksi per Periode	65
Tabel 4. 36 Rencana Produksi per Menu.....	66
Tabel 4. 37 Rencana Produksi Nasi Lauk dan Nasi NonLauk.....	67
Tabel 4. 38 Penetapan Harga Jual Nasi Ayam.....	68
Tabel 4. 39 Penetapan Harga Jual Nasi Ikan Pindang	68
Tabel 4. 40 Penetapan Harga Jual Nasi Ikan Teri.....	69
Tabel 4. 41 Penetapan Harga Jual Nasi Oseng Tempe	69
Tabel 4. 42 Penetapan Harga Jual Nasi Sayur	70
Tabel 4. 43 Klasifikasi Menu.....	70
Tabel 4. 44 Penetapan Harga Jual sesuai Klasifikasi.....	71

Tabel 4. 45 Break Even Point Nasi Lauk.....	71
Tabel 4. 46 Break Even Point Nasi NonLauk.....	73
Tabel 4. 47 Cash In Flow	76
Tabel 4. 48 Cash Out Flow	79
Tabel 4. 49 Net Cash Flow	81
Tabel 4. 50 Analisis Kelayakan	83



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Quality Function Development.....	9
Gambar 3. 1 Alur Penelitian	27
Gambar 4. 1 Pola Data Penjualan	32
Gambar 4. 2 Matriks Hubungan Kebutuhan Konsumen Terhadap Kebutuhan Teknis	46
Gambar 4. 3 Matriks Hubungan Kebutuhan Konsumen Terhadap Kebutuhan Teknis	47
Gambar 4. 4 Matriks Kebutuhan Konsumen dan Kebutuhan Teknis dan Kolom Bobot	48
Gambar 4. 5 Matriks Korelasi Kebutuhan Teknis	49
Gambar 4. 6 House of Quality	55
Gambar 4. 7 Tracking Signal Model Konstan	58
Gambar 4. 8 Tracking Signal Metode SMA	60
Gambar 4. 9 Tracking Signal Metode CMA	62
Gambar 4. 10 Tracking Signal Metode Exponential Smoothing.....	64
Gambar 4. 11 Break Even Point Nasi Lauk.....	73
Gambar 4. 12 Break Even Point Nasi NonLauk.....	75



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian pada tahun-tahun terakhir menunjukkan perubahan yang pesat. Perkembangan perekonomian yang pesat ini menghasilkan pembangunan di segala bidang juga meningkat dengan pesat. Dampaknya sempat terjadi krisis ekonomi di Indonesia yang telah membuat pembangunan di Indonesia menimbulkan masalah. Untuk menyelesaikan permasalahan tersebut dan untuk mencapai perekonomian yang baik adalah dengan pembangunan yang seiring dengan kualitas sumber daya manusia dan didorong dengan cara saling terkait dan sesuai dengan pembangunan bidang-bidang lainnya. Dengan keberhasilan pembangunan bidang ekonomi maka tidak menutup kemungkinan tercapainya pembangunan nasional.

Adapun tujuan pembangunan nasional adalah untuk mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur. Ini berarti upaya peningkatan kesejahteraan harus dilakukan, dengan mengusahakan agar setiap orang dapat memperoleh pendapatan yang sesuai dengan kebutuhan atau pengeluaran. Tinggi rendahnya taraf hidup manusia dapat diketahui melalui pendapatannya, namun juga pendapatan tergantung pada sumber-sumber alam maupun sumber tenaga manusia oleh sebab itu pembangunan ekonomi memerlukan kesesuaian antara sumber-sumber alam dan sumber manusia itu sendiri.

Menurut pendapat dari (Suparmoko, 1993) mengemukakan bahwa pendapatan seseorang berkaitan erat dengan jenis pekerjaan yang dilakukannya baik ia sebagai buruh, pegawai, pengusaha, tukang dan lain-lain pekerjaan yang digelutinya sesuai

dengan profesi masing-masing. Pendapatan yang diperoleh itu digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, untuk tabungan, untuk usaha dan sebagainya. Dan pendapatan individu atau pendapatan seseorang merupakan pembayaran uang yang diterima orang dalam apa yang dilakukannya atau upah yang diberikan kepada seseorang (pekerja) yang melakukan suatu pekerjaan.

Masyarakat berpenghasilan rendah atau biasa disingkat MBR adalah masyarakat yang mempunyai keterbatasan daya beli, maksudnya adalah terbatasnya kemampuan masyarakat dalam membelanjakan uangnya dalam bentuk barang maupun jasa. Berdasarkan data statistik yang dirilis Badan Pusat Statistik di Yogyakarta, jumlah masyarakat berpenghasilan rendah yaitu penduduk yang konsumsinya berada dibawah garis kemiskinan, pada September 2011 terdapat 564,23 ribu orang. Jika dibandingkan dengan keadaan Maret 2011 yang jumlahnya mencapai 560,88 ribu orang, yang berarti jumlah penduduk miskin atau yang tergolong berpenghasilan rendah bertambah sebanyak 3,35 ribu orang dalam setengah tahun. Dengan kenaikan tingkat kemiskinan sebesar 0.06% selama setengah tahun. Beberapa contoh profesi yang dapat digolongkan dalam masyarakat berpenghasilan rendah adalah buruh/kuli bangunan, kuli panggul, tukang becak dan pedagang asongan dan lain-lain. Masyarakat berpenghasilan rendah tentunya mempunyai pengeluaran konsumsi yang tidak stabil dan tidak menentu membuat konsumsi lebih besar daripada pendapatan. Dimana kebutuhan konsumsi merupakan kebutuhan pokok bagi seseorang. Untuk dapat menekan biaya konsumsi salah satunya adalah dengan cara mengonsumsi makanan yang sesuai dengan pendapatannya.

Untuk itu penelitian ini dilakukan untuk dapat mengetahui makanan atau porsi yang sesuai dengan yang diinginkan oleh mereka yang tergolong dalam masyarakat berpenghasilan rendah baik dalam kapasitas, harga dan lain-lainnya. Dengan menggunakan metode *Quality Function Development* (QFD) merupakan salah satu cara dalam mengubah harapan konsumen ke dalam persyaratan-persyaratan yang sesuai (Susila, et al., 2014). Dengan menggunakan metode *Quality Function Development* merupakan metode yang dapat digunakan dalam proses perancangan dan pengembangan produk untuk menetapkan kebutuhan konsumen (Ulrich, 2001). Keuntungan metode QFD yaitu dapat mengetahui kebutuhan konsumen sampai diterjemahkan ke kebutuhan teknis sehingga dapat mereduksi waktu dan biaya dalam

proses perancangan dan pengembangan produk. Penerapan metode *Quality Function Development* (QFD) untuk mengembangkan produk-produk makanan telah dilaporkan dalam sejumlah penelitian. Menurut (Puspita, et al., 2014) mengatakan bahwa metode *Quality Function Development* (QFD) dapat mengetahui secara jelas apa yang diharapkan pelanggan sesuai dengan kenyataan yang ada serta cara untuk melakukan peningkatan kualitas. Sehingga untuk mengetahui keinginan masyarakat berpenghasilan rendah mengenai nasi bungkus dapat dengan menggunakan metode *Quality Function Development* dan setelah diketahui detail produk makanan yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginan dari masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) tersebut maka dilakukan analisis kelayakan produk tersebut berdasarkan berbagai aspek kelayakan bisnis.

Berdasarkan permasalahan dan literature yang ada, maka penelitian ini memfokuskan pada perencanaan produk makanan berupa nasi bungkus yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat berpenghasilan rendah. Harapan dari penelitian ini adalah pengeluaran untuk konsumsi tidak menjadi beban bagi masyarakat berpenghasilan rendah tersebut. Oleh karena itu, penulis merumuskan judul “STUDI KELAYAKAN INDUSTRI NASI BUNGKUS UNTUK MASYARAKAT BERPENDHASILAN RENDAH (MBR) DENGAN MENGGUNAKAN METODE *QUALITY FUNCTION DEVELOPMENT* (QFD)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang ada dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana rancangan nasi bungkus yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat yang tergolong berpenghasilan rendah ?
2. Apakah rancangan nasi bungkus yang baru sesuai dengan aspek- aspek pada studi kelayakan bisnis ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari permasalahan yang dikemukakan diatas, yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui rancangan nasi bungkus yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka yang tergolong masyarakat berpenghasilan rendah.
2. Untuk mengetahui rancangan nasi bungkus yang baru sesuai dengan aspek-aspek pada studi kelayakan bisnis.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat, yaitu sebagai berikut :

1. Rancangan nasi bungkus yang baru sesuai dengan rasa, volume, porsi atau ragam makanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka yang tergolong masyarakat berpenghasilan rendah.
2. Rancangan nasi bungkus yang sesuai dengan beberapa aspek pada studi kelayakan bisnis.

1.5 Batasan Masalah

Adapun batasan-batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini fokus pada permasalahan perancangan nasi bungkus untuk mereka yang tergolong dalam masyarakat berpenghasilan rendah yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.
2. Subyek penelitian pada masyarakat yang tergolong berpenghasilan rendah.
3. Peneliti membatasi lokasi penelitian ini di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)
4. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *Quality Function Development*, *Net Present Value*, *Internal Rate of Return*, dan *Payback Period*
5. Pembahasan studi kelayakan bisnis hanya aspek pasar dan pemasaran, aspek finansial
6. Data yang diambil data penjualan selama 12 bulan tahun 2016-2017

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penyusunan skripsi adalah sebagai berikut :

BAB I merupakan bab yang berisikan tentang pendahuluan yang memaparkan secara singkat tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah serta sistematika penelitian.

BAB II merupakan bab yang berisikan tentang tinjauan pustaka yang memaparkan secara singkat tentang landasan teori, kerangka fikir, dan hipotesis.

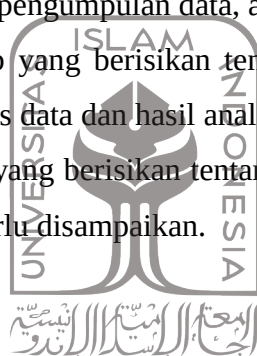
BAB III merupakan bab yang berisikan tentang lingkup penelitian (lokasi penelitian, objek penelitian dan subjek penelitian), data dan sumber data, metode pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, analisa data dan pembahasannya.

BAB IV merupakan bab yang berisikan tentang deskripsi responden, pengujian instrument penelitian, analisis data dan hasil analisis data.

BAB V merupakan bab yang berisikan tentang kesimpulan dari hasil keterbatasan penelitian dan saran yang perlu disampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Sosial Ekonomi

2.1.1.1 Pengertian Sosial Ekonomi



Keadaan sosial ekonomi masing-masing orang atau individu itu berbeda-beda, ada yang keadaan sosial ekonominya tinggi, sedang bahkan yang keadaan sosial ekonominya rendah. Salah satu faktor yang penting untuk membangun masyarakat yang sejahtera adalah melalui pembangunan ekonomi. Kata sosial berasal dari kata “socio” yang artinya kawan. Dalam hal ini arti kawan bukan terbatas, artinya kawan adalah mereka orang-orang yang ada disekitar dan tinggal dalam satu lingkungan tertentu dan mempunyai sifat yang saling mempengaruhi satu sama lain. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata sosial berarti segala sesuatu yang berkenaan dengan masyarakat. Oleh karena itu kata sosial sering diartikan sebagai hal yang berkaitan dengan masyarakat.

Istilah ekonomi sendiri berasal dari kata Yunani yaitu “oikos” yang berarti keluarga, maka secara garis besar ekonomi diartikan sebagai aturan rumah tangga atau manajemen rumah tangga. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, ekonomi berarti ilmu-ilmu yang mengenai asas-asas produksi, distribusi dan pemakaian barang serta kekayaan. Kondisi sosial ekonomi adalah suatu keadaan atau kedudukan yang diatur secara sosial dan menetapkan seseorang dalam posisi tertentu dalam struktur sosial masyarakat. Menurut Melly G Tan, kedudukan sosial ekonomi mencakup 3 faktor yaitu pekerjaan, pendidikan dan penghasilan. Berdasarkan hal ini maka keluarga atau

kelompok masyarakat itu dapat digolongkan memiliki sosial ekonomi rendah, sedang dan tinggi (Astrid, 1984). Sehubungan dengan tingkat pendapatan atau penghasilan berikut kriteria golongan pendapatan/penghasilan menurut Koentjaraningrat, yaitu :

a. Golongan Berpenghasilan Rendah

Yaitu keluarga yang menerima pendapatan lebih rendah dari keperluan untuk memenuhi tingkat hidup yang minimal, mereka perlu mendapatkan pinjaman dari orang lain karena tuntutan kehidupan yang keras, perkembangan anak dari keluarga itupun menjadi agresif. Sementara itu orang tua yang sibuk mencari nafkah memenuhi kebutuhan ekonomi tidak sempat memberikan bimbingan dan pengawasan terhadap perilaku anaknya.

b. Golongan Berpenghasilan Sedang

Yaitu pendapatan yang hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan pokok.

c. Golongan Berpenghasilan Tinggi

Yaitu selain dapat memenuhi kebutuhan pokok, sebagian dari pendapatan yang diterima dapat ditabung dan digunakan untuk kebutuhan lain ataupun kebutuhan dimasa yang akan datang.

Kebutuhan pokok yang dimaksud adalah tingkat hidup minimal yang mencakup kebutuhan pokok primer yaitu kebutuhan sandang, pangan dan papan.

2.1.2 Teori Pendapatan

2.1.2.1 Pengertian Pendapatan

Pendapatan merupakan semua penerimaan seseorang sebagai balas jasanya dalam proses produksi. Balas jasa tersebut dapat berupa upah, bunga, sewa maupun laba tergantung pada faktor produksi pada yang dilibatkan dalam proses produksi (Sudremi, 2007). Definisi lain dari pendapatan adalah sejumlah dana yang diperoleh pemanfaat faktor produksi. Adapun sumber pendapatan tersebut meliputi :

1. Sewa kekayaan yang digunakan oleh orang lain, misalnya menyewakan rumah, tanah, dan lain-lain.
2. Upah atau gaji karena bekerja kepada orang lain atau menjadi pegawai negeri.
3. Bunga karena menanamkan modal di bank ataupun perusahaan, misalnya mendepositokan uang di bank dan membeli saham

4. Hasil dari usaha wirasaswasta, misalnya berdagang, berternak, mendirikan usaha, dan lain-lain.

Masyarakat yang mempunyai penghasilan yang kecil, hasil dari pekerjaannya hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Untuk keluarga yang berpenghasilan menengah mereka lebih terarah kepada pemenuhan kebutuhan pokok yang layak. Sedangkan keluarga yang berpenghasilan tinggi dan berkecukupan mereka akan memenuhi segala keinginan yang mereka inginkan. Masyarakat membutuhkan pembiayaan yang tidak kecil untuk memenuhi beberapa kebutuhan sehari-harinya, oleh karena itu masyarakat harus melakukan suatu pengorbanan atau melakukan pekerjaan untuk menghasilkan uang yang nantinya digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan dapat hidup layak.

2.1.2.2 Kriteria Pendapatan

Biro Pusat Statistik (BPS), merinci pendapatan dalam kategori sebagai berikut :

1. Pendapatan berupa uang yaitu pendapatan :
 - a. Dari gaji dan upah yang diperoleh dari kerja pokok, kerja sampingan, kerja lembur dan kerja kadang-kadang
 - b. Dari hasil usaha sendiri berupa hasil bersih dari usaha sendiri dan penjualan dari kerajinan rumah
 - c. Dari hasil investasi yakni pendapatan yang diperoleh dari hak milik tanah
 - d. Dari keuntungan sosial yakni pendapatan yang diperoleh dari kerja sosial
2. Pendapatan berupa barang yaitu pendapatan berupa :
 - a. Bagian pembayaran upah dan gaji yang berbentuk beras, pengobatan, transportasi, perumahan dan rekreasi
 - b. Barang yang diproduksi dan dikonsumsi di rumah antara lain pemakaian barang yang diproduksi di rumah dan sewa yang seharusnya dikeluarkan terhadap rumah sendiri yang ditempati.

Berdasarkan penggolongannya, Badan Pusat Statistik (BPS,2014) membedakan pendapatan menjadi 4 golongan adalah

- a. Golongan pendapatan sangat tinggi, adalah jika pendapatan rata-rata lebih dari Rp 3.500.000,00 per bulan

- b. Golongan pendapatan tinggi adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp 2.500.000,00 – Rp 3.500.000,00 per bulan
- c. Golongan pendapatan sedang adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp 1.500.000,00- Rp 2.500.000,00 per bulan
- d. Golongan pendapatan rendah adalah jika pendapatan rata-rata Rp 1.500.000,00 per bulan.

Berdasarkan penggolongan tersebut, dapat dikatakan bahwa pendapatan juga sangat berpengaruh terhadap tingkat ekonomi seseorang. Apabila seseorang memiliki pendapatan yang tinggi, maka dapat dikatakan bahwa tingkat ekonominya tinggi juga.

2.1.3 Quality Function Development (QFD)

Quality Function Development (QFD) dikembangkan di Jepang oleh Yoji Akao pada tahun 1972. QFD didefinisikan sebagai *"a system for translating customer requirements into appropriate technical requirements at every stage of product's life cycle from product conception to sale to service"*. QFD merupakan terjemahan dari Bahasa Jepang yang terdiri atas tujuh kata huruf kanji yaitu Hin Shitsu Ki No Ten Kai (Widodo, 2003).



Gambar 2. 1 Quality Function Development

Quality Function Development (QFD) merupakan salah satu metode yang digunakan untuk merancang suatu produk sesuai interpretasi dan keinginan pengguna produk yang dilihat dari aspek kualitas (Anggraeni, et al., 2013)

Quality Function Development (QFD) adalah metode yang digunakan untuk perencanaan dan pengembangan produk terstruktur yang memungkinkan tim pengembang untuk menentukan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan jelas, dan mengevaluasi setiap produk yang diinginkan atau juga kapasitas pelayanan yang diberikan secara sistematis agar dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan para konsumen (Cohen, 1995).

Alat utama dari QFD adalah matrik, dimana hasil-hasilnya dicapai melalui penggunaan tim antar departemen atau fungsional dengan mengumpulkan, menginterpretasikan, mendokumentasikan dan memprioritaskan kebutuhan-kebutuhan pelanggan.

Titik awal (*starting point*) QFD adalah pelanggan serta keinginan dan kebutuhan dari pelanggan. Dalam QFD hal ini disebut “suara dari pelanggan” (*voice of customer*). Pekerjaan dari tim QFD adalah mendengar suara dari pelanggan. Proses QFD dimulai dengan suara pelanggan dan kemudian berlanjut melalui 4 aktivitas utama. 4 aktivitas utama tersebut menurut (Gaspersz, 2001) :

1. Perencanaan Produk (*Product Planning*)
Menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan pelanggan ke dalam kebutuhan-kebutuhan teknik (*technical requirements*)
2. Desain Produk (*Product Design*)
Menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan teknik dalam karakteristik komponen
3. Perencanaan Proses (*Process Planning*)
Mengidentifikasi langkah-langkah proses dan parameter-parameter serta menerjemahkan ke dalam karakteristik proses.
4. Perencanaan Pengendalian Proses (*Process Planning Control*)
Menetapkan atau menentukan metode-metode pengendalian untuk mengendalikan karakteristik proses.

Secara umum proses *Quality Function Development* (QFD) yaitu sebagai berikut:

- a. Identifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen
- b. Hubungan antara kebutuhan konsumen dan karakteristik perancangan teknis
- c. Hubungan antara karakteristik perancangan teknis
- d. Evaluasi kompetitif terhadap produk pesaing

- e. Menghubungkan setiap karakteristik teknis dan karakteristik komponen
- f. Menghubungkan karakteristik teknis dan karakteristik komponen
- g. Menghubungkan proses operasi dengan parameter control
- h. Implementasai dan perbaikan kontinyu

Kesesuaian antara spesifikasi dan parameter mutu produk dengan keinginan pelanggan (*customer*), merupakan pertimbangan penting dalam melakukan perancangan produk. Kemampuan desain dan proses produksi merupakan pembatas untuk menyesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. QFD merupakan salah satu teknik yang digunakan untuk menerjemahkan kebutuhan konsumen ke dalam karakteristik produk serta mempertimbangkan kemampuan perusahaan untuk memenuhinya.

QFD adalah metode yang digunakan untuk mengembangkan suatu produk yang kompleks dengan menghubungkan unsur perencanaan dari desain dan proses pembuatan berdasarkan kebutuhan pelanggan. Dengan menggunakan metode QFD, perusahaan di Jepang mengharapkan pengembangan produk mereka lebih efektif pada usaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Tujuannya adalah untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Kemudian metode QFD di gunakan oleh perusahaan manufaktur dan perusahaan jasa di Amerika Serikat, dan manfaat yang langsung didapat antara lain: penurunan biaya proyek secara keseluruhan, pengurangan dalam waktu siklus proyek dan besar peningkatan produktivitas. Selain itu kualitas fungsi penyebaran QFD adalah metode membantu mentransformasi kebutuhan pelanggan (dengan suara pelanggan) karakteristik teknik dalam bentuk produk atau jasa. Menurut (Cohen, 1995) manfaat utama yang diperoleh dari penerapan QFD yaitu :

1. Terciptanya rancangan produk atau jasa berbasis kepuasan pelanggan, karena berdasarkan keinginan pelanggan
2. Akan lebih mudah merancang produk yang fokus pada pelanggan
3. Membandingkan produk atau jasa terhadap pesaing untuk saling memenuhi kebutuhan pelanggan
4. Lebih fokus dalam mendesain produk untuk memuaskan pelanggan sehingga waktu pemasaran cepat

5. Membantu dalam merencanakan desain terbaru untuk di masa depa, biaya tidak terlalu tinggi
6. Mendorong terciptanya kerjasama antar departemen
7. Data terkumpul dengan baik dalam membantu mengambil keputusan.

2.1.4 Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan perencanaan yang dilakukan oleh perusahaan yang harus memperhatikan beberapa aspek dimana akan digunakan untuk perusahaan dalam meningkatkan produksi dari perusahaan itu sendiri. Menurut (Kasmir & Jakfar, 2012), studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan. Untuk menentukan layak atau tidaknya suatu usaha dapat dilihat dari berbagai aspek. Setiap aspek untuk dapat dikatakan layak harus memiliki suatu standar nilai tertentu, namun keputusan penilaian tak hanya dilakukan pada salah satu aspek saja. Penilaian untuk menentukan kelayakan harus didasarkan kepada seluruh aspek yang akan dinilai nantinya. Aspek-aspek tersebut antara lain :

2.1.4.1 Aspek Pasar dan Pemasaran

Pemasaran yaitu kegiatan meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen, menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen (*product*), menentukan tingkat harga (*price*), mempromosikannya agar produk dikenal konsumen (*promotion*) dan mendistribusikan produk ke tempat konsumen. Tujuan pemasaran adalah bagaimana barang dan jasa yang dihasilkan disukai, dibutuhkan dan dibeli oleh konsumen.

1. Forecasting

Peramalan digunakan untuk memprediksi dan dapat mengetahui masalah yang akan dihadapi di masa yang akan datang. Secara umum metode peramalan dapat dikelompokkan sebagai berikut:

a. Metode Kualitatif

Metode kualitatif digunakan apabila belum terdapat data masa lalu karena data masa lalu tersebut sulit didapatkan, sehingga peramalannya menggunakan data dari kondisi pada saat ini. Peramalan dengan metode ini dapat dilakukan dengan cara:

- 1) Metode Delphi, yaitu dengan cara meminta pendapat dari berbagai ahli dalam bidang yang akan diramalkan
- 2) Keputusan Manajemen, yaitu dengan cara mengumpulkan sekelompok eksekutif dari berbagai bidang/disiplin ilmu untuk mendiskusikan permasalahan yang dihadapi dan membuat sebuah peramalan
- 3) Penelitian pasar, yaitu dengan cara menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan produk dan metode pemasaran
- 4) Kurva Siklus Hidup, yaitu menggunakan analisis siklus hidup produk dimana tahap-tahap produk tumbuh, berkembang, klimaks dan menurun yang dapat dijadikan sebagai faktor yang dapat mempengaruhi peramalan tersebut

b. Metode Kuantitatif

Metode kuantitatif digunakan apabila telah tersedia informasi yang cukup mengenai keadaan atau kondisi di masa lalu dan informasi tersebut dapat dikuantitatifkan ke dalam bentuk numerik. Peramalan dengan metode ini dapat dilakukan dengan cara:

- 1) Metode intrinsik, yaitu metode yang akan mengasumsikan bahwa ada beberapa pola data pada masa lalu yang akan berlanjut pada masa yang akan datang. Peramalan ini akan mengikutsertakan analisis dari masa lalu untuk memperkirakan pola data di masa yang akan datang. Metode ini meliputi:
 - *Time series*, yaitu metode peramalan berdasarkan data masa lalu dengan cara menentukan pola yang ada dalam suatu deret data historis untuk kemudian mengeksplorasinya ke pola data masa depan
 - *Moving average*, yaitu peramalan diperoleh dari perhitungan rata-rata aritmatik dari n observasi data yang terakhir. Semakin besar n , semakin kecil efek variasi acak dari peramalan. Untuk produk dengan jangka panjang dan stabil nilai n besar sangat sesuai, sedangkan untuk keadaan yang lebih variatif lebih sesuai dengan n yang lebih kecil
 - *Ekspponential smoothing*, yaitu untuk mengatasi kekurangan pada metode moving average dalam bobot data, juga penyimpangan yang ringkas dan respon yang dapat segera disesuaikan
 - Regresi sederhana, yaitu untuk menyesuaikan trend atau kecenderungan data yang ada. Dalam regresi sederhana diasumsikan adanya variable yang disebut

sebagai *dependent variable* yang merupakan fungsi bagi *independent* variabelnya.

- 2) Metode Ekstrinsik, yaitu metode yang memperhitungkan faktor eksternal dalam peramalan seperti GNP, daya beli masyarakat, perubahan lingkungan, anggaran dan faktor yang lain yang dianggap berpengaruh terhadap hasil peramalan. Hubungan antara faktor eksternal dan permintaan merupakan hubungan sebab akibat.

2.1.4.2 Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Menurut James A.F. Stoner (Johan, 2011) manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya- sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Aspek manajemen berkaitan dengan fungsi-fungsi yang tidak dapat dijalankan sendiri-sendiri, akan tetapi harus dilaksanakan secara berkesinambungan, karena masing-masing fungsi saling berkaitan erat. Untuk keperluan studi kelayakan bisnis yang perlu dianalisis adalah seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan diterapkan secara benar.

Adapun fungsi-fungsi manajemen tersebut sebagai berikut (Kasmir & Jakfar, 2012):

1. Perencanaan (*Planning*)
Perencanaan adalah proses menentukan arah yang akan ditempuh dan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
2. Pengorganisasian (*Organizing*)
Pengorganisasian adalah proses mengelompokkan kegiatan-kegiatan atau pekerjaan-pekerjaan dalam unit-unit. Agar tertata dengan jelas antara tugas, wewenang dan tanggung jawab serta hubungan kerja dengan sebaik mungkin dalam bidang masing-masing.
3. Pelaksanaan (*Actuating*)
Pelaksanaan adalah proses untuk menjalankan kegiatan/pekerjaan dalam organisasi.

4. Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan adalah proses untuk mengukur dan menilai pelaksanaan tugas apakah telah sesuai dengan rencana. Apabila dalam proses terdapat kekeliruan, maka akan segera dikendalikan.

2.1.4.3 Aspek Teknis dan Operasional

Aspek teknis atau operasi juga dikenal sebagai aspek produksi. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam aspek ini adalah masalah penentuan lokasi, luas produksi, tata letak (*layout*), penyusunan peralatan pabrik dan proses produksinya termasuk pemilihan teknologi. Kelengkapan kajian aspek operasi sangat tergantung dari jenis usaha yang akan dijalankan, karena setiap jenis usaha memiliki prioritas tersendiri. Tujuan dari analisis aspek teknis atau operasi ini adalah untuk menilai kesiapan perusahaan dalam menjalankan usahanya dengan menilai ketepatan lokasi, luas produksi dan tata letak serta kesiagaan mesin-mesin yang akan digunakan.

Lokasi Usaha sangat penting dalam menjalankan bisnis. Apabila lokasi yang tidak benar atau tidak tepat maka akan mengakibatkan kerugian. Factor-faktor yang dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha adalah seperti sumber bahan baku, mudah terlihat dan lingkungan sekitar.

Selain lokasi usaha, tata letak fasilitas atau *layout* yang tersedia akan berpengaruh pada persepsi pelanggan atas kualitas suatu tempat. Unsur-unsur yang perlu diperhatikan dalam tata letak fasilitas adalah seperti perencanaan ruang, perabotan, tata cahaya, dan lain-lain.

2.1.4.4 Aspek Keuangan atau Finansial

Dalam mengembangkan suatu bisnis diperlukannya modal baik dari sumber internal maupun eksternal. Tidak semua pihak memiliki modal yang cukup guna menjalankan usaha. Alasan utama orang tidak memulai suatu usaha sebagian besar karena kurangnya modal untuk menunjang suatu usaha atau bisnis. Dalam aspek keuangan dapat menentukan layak atau tidak layak sebuah usaha atau bisnis dijalankan dengan menelaah semua factor produksi yang dijalankan.

Dalam aspek keuangan dapat menentukan layak atau tidak layak sebuah usaha atau bisnis dijalankan dengan menelaah melalui perhitungan semua factor produksi, yaitu pada sumber modal, rencana pembelanjaan dan sumber dana, rencana kebutuhan dana,, analisis keuangan, analisis biaya per tahun, *payback period*, *Net Present Value*. Aspek-aspek perhitungan analisis kelayakan finansial, yaitu *Break Even Point* (BEP), *Net Present Value* (NPV), *Payback Period*, *Incremental Rate of Return* (IRR), dan Rasio B/C (Kusuma, et al., 2012).

Data biaya variabel dan biaya tetap digunakan untuk mengetahui total biaya produksi atau *total cost*, dengan perhitungan :

$$TC = VC + FC \dots\dots\dots(2.1)$$

Dimana : TC = *Total Cost*

VC = *Variabel Cost*

FC = *Fixed Cost*

Perhitungan biaya yang dilakukan meliputi biaya investasi, biaya variabel-semi variabel, biaya tetap, dan biaya lainnya. Biaya investasi adalah sejumlah modal atau biaya yang digunakan untuk memulai usaha atau mengembangkan usaha (Pujawan, 2004). Biaya variabel merupakan biaya yang rutin dikeluarkan setiap dilakukan usaha produksi dimana besarnya tergantung pada jumlah produk yang ingin diproduksi (Ardana, et al., 2008). Biaya tetap adalah jenis biaya yang lain yang rutin dikeluarkan oleh perusahaan selama perusahaan melakukan kegiatan produksi, akan tetapi besarnya biaya tetap tidak tergantung pada kapasitas produksi. Kemudian ditentukan harga pokok produksi, dengan rumus berikut:

$$HPP = \frac{\text{Biaya Operasional Variabel per Bulan}}{\text{Produksi per Bulan}} \dots\dots\dots(2.2)$$

Harga jual (HJ) suatu produk adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk pembuatan produk ditambah dengan keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan. Menurut (Ebert & Griffin, 2006) mengemukakan bahwa penetapan harga jual adalah proses penentuan apa yang akan diterima suatu perusahaan dengan penjualan produknya.

$$\text{Harga Jual (HJ)} = \text{Harga Pokok Produksi (HPP)} + \text{Margin} \dots\dots\dots(2.3)$$

1. Break Even Point (BEP)

Break Even Point (BEP) dapat diartikan sebagai suatu titik atau keadaan dimana perusahaan didalam operasinya tidak memperoleh keuntungan dan tidak menderita kerugian. Pada keadaan itu keuntungan atau kerugian sama dengan nol. Analisis BEP juga memberikan pedoman tentang berapa jumlah produk minimal yang harus diproduksi atau dijual. Tujuannya adalah agar perusahaan mampu memperoleh keuntungan yang maksimal, artinya dengan memproduksi sejumlah barang dengan kapasitas produksi yang dimilikinya, perusahaan akan tahu batas minimal harus dijual dan keuntungan maksimal yang diperoleh apabila diproduksi secara penuh. (Horngren&Foster, 1987)

$$BEP = \frac{\text{Fixed Cost}}{\text{Selling Price per Unit} - \text{Variable Cost per Unit}} \dots\dots\dots (2.4)$$

2. Payback Period

Menurut (Erlina, 2006) *Payback periode* adalah waktu minimum untuk mengembalikan investasi awal dalam bentuk aliran kas yang didasarkan atas total penerimaan dikurangi semua biaya. Pada metode ini dapat digunakan untuk mengetahui seberapa cepat modal atau investasi yang telah dikeluarkan dapat segera kembali. Hasil yang diperoleh nanti menunjukkan pengambilan investasi yang mungkin di peroleh dalam jangka waktu tertentu sebagai hasil dari pelatihan. Kriteria penilaiannya adalah semakin singkat pengembalian investasi akan semakin baik.

3. Net Present Value (NPV)

Analisis *Net Present Value* dilakukan untuk melihat bagaimana nilai investasi dengan mempertimbangkan perubahan nilai mata uang. Menurut (Sudong & Tiong, 2002) NPV merupakan perbedaan antara nilai sekarang dari keuntungan dan biaya.

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{(B_t - C_t)}{(1+I)^t} \dots\dots\dots (2.5)$$

Dimana : Bt = Penerimaan kotor tahun ke-t
 N = Umur Ekonomi
 Ct = Biaya kotor tahun ke –t
 I = Tingkat suku bunga

Menurut (Diatin, et al., 2007) Kriteria yang digunakan:

NPV > 0, usaha layak untuk dijalankan

NPV = 0, usaha tersebut mengembalikan sama besarnya nilai uang yang ditanamkan

NPV < 0, usaha tidak layak untuk dijalankan

4. *Annual Worth dan Future Worth*

Metode *Annual Worth* ini didasarkan atas persamaan nilai tahunan dari aliran dana masuk dan aliran dana keluar. Kriteria kelayakannya adalah bila nilai *Annual Worth* lebih besar daripada nol. Sedangkan metode *Future Worth* adalah metode yang hampir sama dengan *Annual Worth* namun yang dihitung hanya nilai yang akan datang. Kriteria kelayakannya juga sama yaitu bila nilainya lebih besar dari nol.

5. *Internal Rate of Return (IRR)*

Internal rate of Return (IRR) dihitung dengan rumus (Dr. Kasmir & Jakfar, 2012):

$$IRR = i_1 + \left(\frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \right) (i_1 - i_2) \dots\dots\dots (2.6)$$

Keterangan : NPV1 = NPV pada tingkat discount rate

NPV2 = NPV pada tingkat discount rate

i_1 = Discount Rate NPV₁

i_2 = Discount Rate NPV₂

Suatu rancangan usaha dikatakan layak ketika nilai IRR lebih besar daripada MARR (*Minimum Attractive Rate of Return*). MARR merupakan ketersediaan modal, ketersediaan kesempatan investasi, kondisi bisnis, tingkat inflasi, ongkos modal (*cost of capital*) perusahaan, peraturan pajak, peraturan pemerintah, tingkat keberanian menanggung resiko bagi pengambil keputusan, tingkat resiko atau ketidakpastian yang dihadapi. Penentuan MARR dapat dihitung seperti pada persamaan berikut (Kusumanto, 2008):

$$MARR = (1 + i)(1 + f) - 1 \dots\dots\dots (2.7)$$

Dimana :

i = suku bunga investasi

f = inflasi tertinggi

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Jaqueline de Fatima Cardoso, Nelson Casarotto Filho, Paulo Augusto Cauchick Miguel (2015) pada penelitian dengan judul “*Application of Quality Function Deployment for the Development of an Organic Product*”. Dengan menggunakan metode *Quality Function Development* penelitian ini dapat melayani dalam pengembangan produk makanan lainnya. Penelitian yang dilakukan adalah untuk mempertegas bahwa unsur tanggung jawab sosial lingkungan sangat penting untuk mengembangkan produk organik karena dimensi ini terdiri kualitas yang direncanakan. (Cardoso, et al., 2015)
2. Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Rahman dan Heri Supomo (2012) dengan judul penelitian “Analisa Kepuasan Pelanggan pada Pekerjaan Reparasi Kapal dengan Metode *Quality Function Deployment (QFD)*”. Penelitian ini dilakukan untuk analisis kepuasan pelanggan jasa reparasi pada PT. X ini. Dengan menggunakan metode QFD untuk mengkonversi suara pelanggan secara langsung terhadap persyaratan teknis atau spesifikasi teknis dari jasa. Metode QFD menghasilkan suatu analisa tingkat kepentingan suatu atribut bagi pelanggan serta untuk menentukan target ke depan PT.X. (Rahman & Supomo, 2012)
3. Penelitian yang dilakukan oleh Parama Tirta Wulandari Wening Kusuma dan Nur Kartika Indah Mayasti (2014) dengan penelitian berjudul “Analisa Kelayakan Finansial Pengembangan Usaha Produksi Komoditas Lokal: Mie Berbasis Jagung”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji aspek finansial terhadap pengembangan usaha produksi mie berbasis jagung menjadi sangat strategis. Dengan menggunakan perhitungan analisis finansial diperoleh hasil *Net Present Value*, *Internal Rate of Return*, *Payback Period*, *Ratio B/C* yang berpengaruh terhadap kelayakan proyek. (Kusuma & Mayasti, 2014)
4. Penelitian yang dilakukan oleh Nunung Nurhayati, Musa Hubels da Sapta Raharja (2012) dengan penelitian berjudul “Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil Tahu di Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. Salah satu industry kecil

(IK) yang ini menganalisis kinerja usaha, menganalisis kebutuhan dan kelayakan pengembangan usaha, serta merumuskan strategi pengembangan IK tahu. Metode pengumpulan data melalui survei lapangan, wawancara dengan pendekatan pakar melalui kuesioner. Analisa kelayakan pengembangan usaha IK tahu didapatkan nilai *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, *Benefit/Cost Ratio (B/C Ratio)*, *Payback Period (PBP)*. Kesemua kriteria tersebut menunjukkan pengembangan usaha tahu layak untuk dilaksanakan. (Nurhayati, et al., 2012)

5. Penelitian yang dilakukan oleh Rudi dan Anastasia Susty Ambarriani (2014) dengan penelitian yang berjudul Analisis Kelayakan Bisnis Es Bang Joe di Purwokerto yang merupakan penelitian kaitannya dengan analisis kelayakan bisnis Es Bang Joe di Purwokerto yang berdasarkan berbagai aspek, baik aspek internal maupun aspek eksternal. Aspek-aspek tersebut adalah aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia, aspek operasional, aspek keuangan dan aspek hukum. Kesimpulan dari penelitian ini dari berbagai aspek bahwa bisnis Es Bang Joe di Purwokerto layak untuk dijalankan. Dengan perhitungan beberapa metode yang menghasilkan nilai sekarang bersih positif sebesar Rp 260.748.343,00 serta pengembalian modal awal dalam jangka waktu 12 bulan. (Rudi & Ambarriani, 2014).
6. Penelitian yang dilakukan oleh Veronica Halim dan Yurida Ekawati (2014) dengan penelitian yang berjudul Perencanaan Produk Olahan Wortel Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD). Penelitian yang dilakukan adalah bertujuan untuk mendapatkan jenis produk olahan wortel yang diminati oleh konsumen, beserta atribut-atribut penting apa yang harus diperhatikan agar produk olahan wortel yang dihasilkan sesuai dengan harapan konsumen. Metode yang digunakan adalah metode Quality Function Deployment (QFD). Dengan menggunakan metode tersebut diketahui bahwa produk manisan dan sirup wortel merupakan produk olahan wortel yang disukai oleh konsumen. Sehingga dengan didapatkannya beberapa atribut yang didapat yang sesuai dengan kebutuhan konsumen mengenai produk sirup wortel dan manisan wortel maka diharapkan kedua produk tersebut memiliki prospek penjualan yang baik. (Halim & Ekawati, 2014)
7. Penelitian yang dilakukan oleh Agnes Kanyan, Liszberth Ngana dan Boo Ho Voon yang berjudul "*Improving the Service Operations of Fast-food Restaurants*".

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi penyebab dan permasalahan yang dihadapkan oleh restoran dan untuk menyediakan saran bagaimana membuktikan pelayanan konsumen berdasarkan manajemen operasi. Permasalahan diklasifikasikan ke dalam 4 kategori yaitu sumber daya manusia, lingkungan, alat dan bahan, dan proses operasi. Metode yang digunakan adalah *Quality Function Development* untuk membantu menerjemahkan apa yang diinginkan konsumen dan untuk mengetahui dimana menempatkan usaha yang berkualitas. Penelitian ini diharapkan untuk menyediakan wawasan yang relevan untuk kualitas pelayanan dan perbaikan kepuasan konsumen untuk operasi restoran. (Kanyan, et al., 2015)



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah suatu tempat atau wilayah dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Adapun tempat atau lokasi penelitian dalam rangka penulisan penelitian ini adalah di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.

Sehubungan dengan data yang diperlukan dalam penulisan ini maka penulis memilih lokasi tersebut. Pemilihan lokasi penelitian ini atas dasar lokasi tersebut berkaitan langsung dengan masalah yang dibahas dalam melakukan penelitian ini.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban ataupun solusi dari permasalahan yang terjadi.

Adapun pengertian objek penelitian menurut (Sugiono, 2012) adalah sebagai berikut :

“Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, *valid*, dan *reliable* tentang suatu hal (variable tertentu)”

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah masyarakat berpenghasilan rendah seperti buruh/kuli bangunan, kuli panggul, tukang becak, pedagang asongan dan lain-lain yang berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.

3.3 Jenis Data

Berdasarkan persoalan yang ada maka data-data yang diperlukan dalam masalah tersebut adalah :

1. Data Primer

Menurut (Sugiono, 2012) menjelaskan “sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dilapangan oleh peneliti sebagai objek penulisan. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara mengumpulkan pendapat atau respon dari masyarakat berpenghasilan rendah seperti buruh/kuli bangunan, kuli panggul, tukang becak, pedagang asongan dan lain-lain.

2. Data sekunder

Menurut (Sugiono, 2012) mendefinisikan “sumber sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literature, buku-buku, serta dokumen perusahaan”. Dalam penelitian ini diperoleh data sekunder diperoleh dari studi literature atau pustaka dan hasil penelitian terdahulu serta hal-hal yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan untuk menganalisis dan membahas penelitian ini adalah dengan beberapa metode pengumpulan data, sebagai berikut :

1. Observasi

Metode ini digunakan untuk melakukan pengamatan dan pencatatan secara langsung terhadap objek penelitian

2. Studi pustaka atau membaca buku maupun literature yang diperoleh di perpustakaan maupun internet sebagai bahan analisis dan pembahasan.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi, yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau sistem yang sudah ada (Siregar, 2012). Kuesioner berisi tentang beberapa pertanyaan yang menunjang penelitian yang diberikan ke masyarakat

berpenghasilan rendah seperti buruh/kuli bangunan, kuli panggul, tukang becak, pedagang asongan dan lain-lain.

4. Wawancara

Metode wawancara digunakan untuk pelengkap data yang digunakan untuk menambah informasi data penelitian.

3.5 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2012). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat berpenghasilan rendah seperti buruh/kuli bangunan, kuli panggul, tukang becak, pedagang asongan dan lain-lain yang berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.

(Mulyatiningsih, 2011) menyatakan bahwa sampel adalah cuplikan atau bagian dari populasi. Menurut (Sugiono, 2012), sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan berdasarkan yang dijelaskan oleh (Arikunto, 2002) apabila populasi kurang dari 100 lebih baik diambil semua hingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, jika populasinya lebih dari 100 dan terlalu banyak dapat diambil antara 10%-15% atau 20%-55%. Sampel yang dipakai harus dapat mewakili dan mencerminkan populasi yang ada. Pada penelitian ini, sampel yang digunakan adalah masyarakat berpenghasilan rendah seperti buruh/kuli bangunan, kuli panggul, tukang becak dan pedagang asongan yang sedang aktif (bukan purnakerja) di waktu peneliti sedang melaksanakan penelitian.

3.6 Data yang Diperlukan

1. *Voice of Customer*

Suara dari konsumen adalah salah satu data yang penting dalam penelitian ini, dimulai dari data yang diperoleh saat berinteraksi langsung dengan konsumen atau pelanggan dengan menanyakan hal-hal yang berkaitan dengan produk yang akan dirancang, baik segi menu makanan, porsi, rasa, menu kesukaan, pengalaman-pengalaman, pendapatan, dan lain-lain. Setelah itu dilakukan metode mengidentifikasi kebutuhan pelanggan secara menyeluruh tujuan metode ini adalah :

- a. Meyakinkan bahwa produk telah difokuskan terhadap kebutuhan pelanggan
- b. Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan yang tidak terungkap
- c. Menjadi basis untuk menyusun spesifikasi produk
- d. Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan untuk proses pengembangan produk

2. Penyebaran dan Pengisian Kuesioner

Penyebaran kuesioner ini dilakukan dengan selektif, yaitu pada responden yang tergolong masyarakat berpenghasilan rendah, contohnya buruh/kuli bangunan, tukang becak, kuli panggul, dan pedagang asongan. Dimana masing-masing profesi tersebut disebarkan 30 responden untuk kuesioner tahap 1 yaitu kuesioner terbuka untuk mendapatkan data kebutuhan pelanggan yang diinginkan dalam nasi bungkus.

Selanjutnya untuk kuesioner tahap 2 yaitu kuesioner yang digunakan untuk menentukan tingkat kepentingan dari atribut yang akan diteliti dan dikembangkan oleh peneliti. Jawaban dari kuesioner tahap 1 akan dijadikan *option* pertanyaan tetapi dengan sistem pertanyaan tertutup. Maksudnya responden hanya menentukan tingkat yang paling penting untuk dilakukan pengembangan pada produk. Kuesioner tahap 2 ini merupakan rekap dari kuesioner 1. Skala yang digunakan adalah skala 9,7,5,3 dan 1 yaitu :

1. Tidak penting
2. Kurang penting
3. Penting
4. Lebih penting

5. Sangat penting

Setelah kuesioner tahap 2, selanjutnya kuesioner tahap 3 yaitu untuk menentukan *Customer Competitive Evaluations* yang sesuai dengan tingkat kinerja produk pesaing dengan produk perusahaan. Dengan pengisian kuesioner menggunakan bobot sebagai berikut:

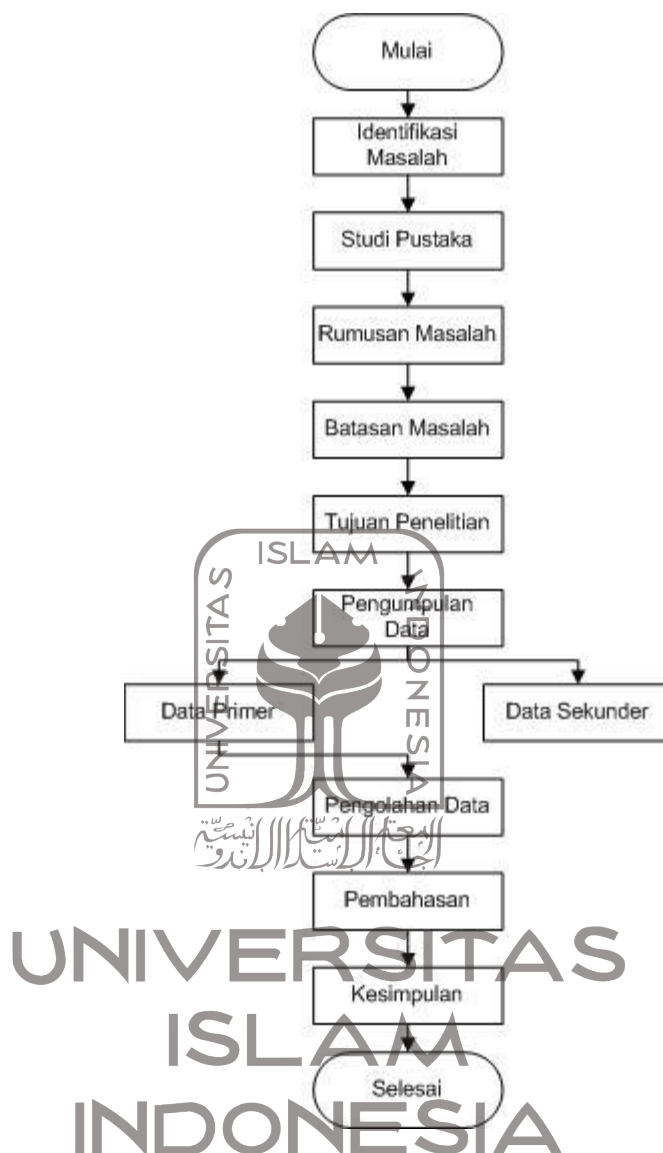
1. Sangat Tidak Baik
2. Tidak Baik
3. Biasa
4. Baik
5. Sangat Baik

3.7 Alur Penelitian

Adapun diagram proses penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA



Gambar 3. 1 Alur Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahapan, dimulai dengan identifikasi masalah dan studi pustaka yang kemudian menentukan rumusan masalah, batasan masalah dan menetapkan tujuan dari penelitian. Selanjutnya membuat kuesioner dilanjut penyebaran kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data dan kemudian pengolahan data menggunakan metode *Quality Function Development* (QFD) dan studi kelayakan bisnis yaitu aspek pasar dan aspek finansial. Setelah pengolahan data terhadap semua data yang didapatkan maka dilakukan analisis berdasarkan dengan metode yang digunakan, kemudian dilakukan pembahasan hingga tahapan yang terakhir adalah mengambil kesimpulan dan saran.

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada Bab ini peneliti akan membahas tentang cara peneliti mengumpulkan data dan mengolahnya. Data yang diambil oleh peneliti berdasarkan menggali keinginan dari responden, peneliti menggunakan kuesioner, dari beberapa kuesioner yang disebar oleh peneliti sendiri untuk mencari data tentang keinginan pelanggan

4.1. Pengumpulan Data dari Kuesioner QFD

Pengumpulan data yang digunakan disesuaikan dengan konsep *Quality Function Development* (QFD). Untuk mendapatkan data mengenai kebutuhan konsumen, peneliti menyebarkan kuesioner tahap 1 yaitu kuesioner terbuka yang sesuai dengan kebutuhan konsumen yang disebar ke 125 responden. Responden tersebut adalah masyarakat berpenghasilan rendah seperti tukang becak, buruh/kuli bangunan, kuli panggul dan pedagang asongan. Dimana masing-masing profesi tersebut disebar minimal 30 responden sesuai dengan (Sugiyono, 2009)

4.1.1 Rekapitulasi Kuesioner Tahap 1

Dari kuesioner tahap 1 yang telah disebar didapat data yang diinginkan oleh responden dalam perancangan nasi bungkus yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan masyarakat yang tergolong berpenghasilan rendah serta menampung keluhan para responden. Hasil dari pengumpulan data yang sesuai dengan kebutuhan konsumen terhadap nasi bungkus adalah sebagai berikut :

1. Para responden rata-rata menginginkan nasi bungkus yang rasanya enak dengan harganya murah
2. Berkaitan dengan menu, sebagian besar menginginkan menu yang terdiri dari nasi, lauk dan sayur
3. Selain itu untuk kemasan, para responden tidak terlalu dijadikan masalah namun ada beberapa yang menginginkan agar kemasan tidak mudah rusak atau robek.
4. Kapasitas porsi menurut para responden rata-rata memilih untuk merasa cukup yang berarti tidak terlalu banyak atau tidak terlalu sedikit.

Dari hasil kuesioner tahap 1 dan wawancara langsung dengan responden didapat data keluhan dari konsumen. Keluhan yang diutarakan oleh konsumen adalah :

1. Yang dirasakan oleh responden ketika membeli nasi bungkus adalah dimana mereka membeli nasi bungkus dengan harga murah namun rasanya tidak enak, begitu pula sebaliknya apabila rasanya enak, harganya mahal
2. Kemasan yang mudah rusak atau robek karena makanan yang terlalu berminyak atau mengandung banyak air
3. Kapasitas porsi yang seharusnya mereka dapat membeli 1 nasi bungkus dan dirasa sudah cukup atau kenyang, namun kenyataannya mereka harus membeli 2 nasi bungkus untuk dapat merasa cukup atau kenyang

Dari hasil kuesioner tahap 1 peneliti mendapat atribut-atribut keinginan responden atau kebutuhan konsumen dalam perancangan nasi bungkus, data kebutuhan konsumen tersebut, sebagai berikut :

1. Menu
 - Ragam atau variasi menu yang terdiri dari nasi, lauk dan sayur
 - Menu yang tahan lama
 - Nasi bungkus yang higienis atau bersih
2. Porsi
 - Porsi nasi, lauk dan sayur sesuai dengan yang diinginkan konsumen
3. Rasa
 - Rasa yang bervariasi atau tidak monoton dan rasa yang enak

4. Harga

Harga produk nasi bungkus yang terjangkau dan sesuai dengan produksi

5. Kemasan

Kemasan nasi bungkus yang bersih, rapi dan tidak mudah rusak atau robek

4.1.2 Rekapitulasi Kuesioner Tahap 2

Setelah mendapat hasil dari kuesioner tahap 1 peneliti membuat kuesioner tahap 2, masing-masing keinginan konsumen yang telah teridentifikasi ditentukan nilai kepentingannya dengan range nilai 1 untuk tidak penting, 3 untuk kurang penting, 5 untuk penting, 7 untuk lebih penting, dan 9 untuk sangat penting. Dimana *range* nilai tersebut berfungsi untuk mengetahui seberapa penting keinginan tersebut bagi konsumen.

LAMPIRAN

4.1.3 Rekapitulasi Kuesioner Tahap 3

LAMPIRAN

4.1.4 Aspek Pasar dan Pemasaran

a. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar yaitu membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk yang berbeda. Segmentasi pasar dari produk nasi bungkus ini antara lain:

Tabel 4. 1 Segmentasi Pasar

SEGMENTASI GEOGRAFIS	
Wilayah atau daerah target area	Daerah Istimewa Yogyakarta
SEGMENTASI DEMOGRAFIS	
Usia	Remaja 12-25 tahun Dewasa 26-45 tahun Lansia 46-55 tahun
Jenis Kelamin	Laki-Laki Perempuan
Pendapatan	Rendah

SEGMENTASI PSIKOGRAFIS	
Kelas Sosial	Masyarakat Berpenghasilan Rendah
SEGMENTASI PERILAKU	
Kemampuan memenuhi kebutuhan konsumsi	Rendah

b. Targeting

Targeting merupakan kegiatan yang berisi dan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki oleh perusahaan yang nantinya digunakan untuk mengembangkan usaha yang diproduksi oleh perusahaan.

Dalam hal ini, target pasar yang diutamakan untuk masyarakat berpenghasilan rendah, semua gender, dan masyarakat Yogyakarta itu sendiri.

c. Positioning

Tujuan penetapan posisi pasar adalah untuk membangun dan mengomunikasikan keunggulan bersaing produk yang dihasilkan ke dalam benak konsumen.

Nasi bungkus yang diproduksi ini diposisikan sebagai makanan yang murah

Nasi bungkus yang diproduksi ini diutamakan bagi masyarakat berpenghasilan rendah, baik remaja maupun dewasa

Nasi bungkus yang diproduksi ini sebagai makanan yang dapat dikonsumsi sehari-hari

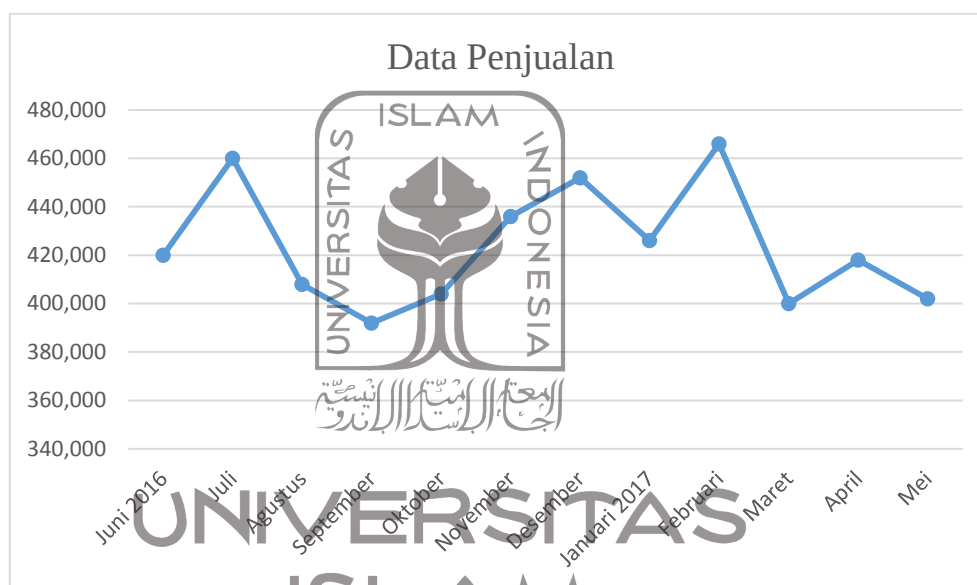
d. Data Penjualan

Data penjualan ini digunakan untuk menentukan peramalan permintaan di masa yang akan datang dalam suatu periode tertentu. Adapun data-data tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Data Penjualan

Bulan	Terjual	Kapasitas produksi
Juni 2016	420,000	390,000
Juli	460,000	390,000
Agustus	408,000	390,000
September	392,000	390,000

Bulan	Terjual	Kapasitas produksi
Oktober	404,000	390,000
November	436,000	390,000
Desember	452,000	390,000
Januari 2017	426,000	390,000
Februari	466,000	390,000
Maret	400,000	390,000
April	418,000	390,000
Mei	402,000	390,000



Gambar 4. 1 Pola Data Penjualan

4.1.5 Aspek Teknis dan Operasi

a. Bahan baku dan Bahan Penolong

Pembuatan nasi bungkus yang siap untuk diperjualbelikan tentunya membutuhkan beberapa bahan baku, seperti:

Tabel 4. 3 Kebutuhan Bahan Baku

No.	Menu	Kapasitas per Hari (Kg)	Kapasitas per Menu (Kg)	Kapasitas per Nasi Bungkus
1	Beras	800	160	0.06153846
2	Tomat	20	4	0.00153846

No.	Menu	Kapasitas per Hari (Kg)	Kapasitas per Menu (Kg)	Kapasitas per Nasi Bungkus
3	Cabe rawit	30	6	0.00230769
4	Bawang merah	8	1.6	0.00061538
5	Bawang putih	10	2	0.00076923
6	Gula pasir	3	0.6	0.00023077
7	Ketumbar	4	0.8	0.00030769
8	Minyak goreng	20	4	0.00153846
9	Garam	5	1	0.00038462
10	Penyedap rasa	2	0.4	0.00015385
11	Gula jawa	3	0.6	0.00023077

No.	Menu	Kapasitas per Hari (Kg)	Kapasitas per Menu (Kg)	Kapasitas per Nasi Bungkus
1	Ikan Teri	54	10.8	0.015104895
2	Ayam	19.6	3.92	0.010051282
3	Tempe	59.2	11.84	0.016559441
4	Buncis	30	6	0.015384615
5	Ikan Pindang	43.4	8.68	0.02225641

Bahan-bahan tersebut merupakan bahan yang diperlukan untuk memproduksi nasi bungkus per bulan dengan kapasitas produksi 390.000 per bulannya. Pemenuhan kebutuhan bahan-bahan tersebut baik diperoleh dari pasar tradisional terdekat.

b. Teknologi

Teknologi yang digunakan pada usaha pembuatan nasi bungkus ini masih sebagian bersifat tradisional atau hanya dengan bantuan alat sederhana. Hal ini dapat dilihat dari proses produksinya yang mayoritas dikerjakan oleh tenaga manusia, seperti mengupas, mengiris dan memasak bahan baku. Namun adapun alat-alat yang digunakan untuk menunjang operasional yang dibutuhkan antara lain:

Tabel 4. 4 Alat Produksi

Alat Produksi	Satuan	Jumlah
Panci	unit	7
Wajan	unit	8
Kukusan	unit	8
Serok	unit	15
Spatula dan sendok kayu	unit	10
Blender	unit	8
Baskom	unit	10
Pisau	unit	15
Talenan	unit	15
Garpu	lusin	3
Sendok	lusin	3
Panci	unit	7
Wajan	unit	8

4.1.6 Aspek Finansial

a. Biaya Investasi

Biaya yang dikeluarkan untuk membeli barang-barang investasi, yang biasanya dikeluarkan pada saat pertama kali akan membuka usaha. Biaya investasi pada unit usaha nasi bungkus ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Biaya Investasi

No	Komponen Biaya	SATUAN	Jumlah Fisik	Harga per Satuan Rp	Jumlah Biaya Rp
1	Bangunan				5,000,000
2	Warung				
	Gerobak	unit	1	3,000,000	3,000,000
	Meja	unit	3	150,000	300,000
	Kerai	unit	2	75,000	150,000
	Banner	unit	1	30,000	30,000
	Piring saji (isi 5)	set	5	200,000	200,000
	Kursi	unit	2	150,000	300,000
3	Alat produksi				0
	Panci	unit	7	130,000	910,000
	Wajan	unit	8	90,000	720,000
	Kukusan	unit	8	150,000	1,200,000

No	Komponen Biaya	SATUAN	Jumlah Fisik	Harga per Satuan Rp	Jumlah Biaya Rp
	Serok	unit	15	3,000	45,000
	Spatula dan sendok kayu	unit	10	25,000	250,000
	Grinder	unit	8	200,000	1,600,000
	Baskom	unit	10	6,000	60,000
	Pisau	unit	15	12,000	180,000
	Talenan	unit	15	5,000	75,000
	Garpu	lusin	3	45,000	135,000
	Sendok	lusin	3	45,000	135,000
5	Peralatan lainnya				-
	Kompor gas dan regulator	unit	5	400,000	2,000,000
	Tabung gas 12 kg	unit	5	360,000	1,800,000
	Tungku	unit	8	230,000	1,840,000
	JUMLAH				19,930,000

b. Biaya Operasional

Biaya operasional terbagi menjadi 2, yaitu biaya operasional tetap (*fixed cost*) dan biaya operasional variable (*variable cost*). Biaya operasional tetap merupakan biaya yang selalu tetap dan tidak terpengaruh oleh volume produksi melainkan dengan waktu sehingga jenis biaya ini akan konstan selama kurun waktu tertentu.

Tabel 4. 6 Biaya Tetap

No	Uraian	Jumlah	Unit	Biaya Per Unit	Total Biaya Bulan	1
	Biaya Perawatan					
1	Alat Produksi			Rp 75.000,00	Rp 75.000,00	
2	Tenaga Kerja (17)			Rp 650.000,00	Rp 11.050.000,00	
	TOTAL				Rp 11.125.000,00	

Tabel 4. 7 Biaya Overhead Pabrik

No	Uraian	Jumlah	Unit	Biaya Per Unit	Total Biaya Bulan	1
1	Biaya Listrik			Rp 200.000,00	Rp 200.000,00	
2	Biaya Air			Rp 200.000,00	Rp 200.000,00	
TOTAL					Rp 400.000,00	

Sedangkan biaya operasional variable adalah biaya yang dikeluarkan dan selalu dipengaruhi oleh volume produksi. Biasanya ditandai dengan semakin banyak jumlah produk yang dihasilkan maka semakin besar pula jumlah biaya variabelnya. Biaya variable yang termasuk adalah biaya bahan baku untuk pembuatan menu nasi bungkus. Berikut adalah rincian biaya variable setiap menu:

Tabel 4. 8 Rincian Biaya Bahan Baku Nasi Ayam

No.	Menu	Harga/Unit	Nasi Ayam	Harga
1	Beras	Rp 9000/kg Kg Rp9,000.00	0.061538462	Rp553.85
2	Ayam	Rp 35000/kg Kg Rp35,000.00	0.01	Rp351.79
3	Minyak goreng	Rp 13000/liter Liter Rp13,000.00	0.001538462	Rp20.00
4	Bawang putih	Rp 45000/kg Kg Rp45,000.00	0.000769231	Rp34.62
5	Ketumbar	Rp 3000/ons Kg Rp30,000.00	0.000307692	Rp9.23
6	Garam	Rp 7500/kg Kg Rp7,500.00	0.000384615	Rp2.88
7	Cabe rawit	Rp 6000/ons Kg Rp60,000.00	0.002307692	Rp138.46
8	Penyedap rasa	Rp 25000/kg Kg Rp25,000.00	0.000153846	Rp3.85
9	Gula Jawa	Rp 1300/ons Kg Rp13,000.00	0.000230769	Rp3.00
10	Pembungkus	Rp 50000/1000 Unit Rp50.00	0.5	Rp25.00
Harga per Nasi Ayam				0.077
				Rp1,142.68

Tabel 4. 9 Rincian Biaya Bahan Baku Nasi Ikan Pindang

No.	Menu	Harga/Unit	Nasi Pindang	Harga
1	Beras	Rp 9000/kg Kg Rp 9,000.00	0.061538462	Rp553.85
2	Ikan pindang	Rp 17500/kg Kg Rp 17,500.00	0.022230769	Rp389.49
3	Minyak Goreng	Rp 13000/liter Liter Rp 13,000.00	0.002307692	Rp30.00
4	Bawang Putih	Rp45000/kg Kg Rp 45,000.00	0.000615385	Rp27.69

No.	Menu	Harga/Unit	Nasi Pindang	Harga
5	Bawang Merah	Rp 30000/kg Kg	Rp 30,000.00	0.000769231 Rp23.08
6	Tomat	Rp 8500/kg Kg	Rp 8,500.00	0.000230769 Rp1.96
7	Cabe Rawit	Rp 6000/ons Kg	Rp 60,000.00	0.000307692 Rp18.46
8	Garam	Rp 7500/kg Kg	Rp 7,500.00	0.001538462 Rp11.54
9	Penyedap Rasa	Rp 25000/kg Kg	Rp 25,000.00	0.000384615 Rp9.62
10	Pembungkus	50000/1000 Unit	Rp50.00	0.5 Rp25.00
	Harga per Nasi Pindang		0.089923077	Rp1,090.68

Tabel 4. 10 Rincian Biaya Bahan Baku Nasi Ikan Teri

No.	Menu	Harga/Unit	Nasi Ikan Teri	Harga
1	Beras	Rp 9000/kg Kg	Rp9,000.00	0.061538462 Rp553.85
2	Ikan Teri	Rp 2000/ons Kg	Rp20,000.00	0.015104895 Rp302.10
3	Tomat	Rp 8500/kg Kg	Rp8,500.00	0.001538462 Rp13.08
4	Cabe rawit	Rp 6000/ons Kg	Rp6,000.00	0.002307692 Rp13.85
5	Bawang merah	Rp 30000/kg Kg	Rp30,000.00	0.000615385 Rp18.46
6	Bawang putih	Rp 45000/kg Kg	Rp45,000.00	0.000769231 Rp34.62
7	Gula pasir	Rp 13000/kg Kg	Rp13,000.00	0.000230769 Rp3.00
8	Minyak goreng	Rp 13000/liter Liter	Rp13,000.00	0.001538462 Rp20.00
9	Garam	Rp 7500/kg Kg	Rp7,500.00	0.000384615 Rp2.88
10	Penyedap rasa	Rp 25000/kg Kg	Rp25,000.00	0.000153846 Rp3.85
11	Pembungkus	50000/1000 Unit	Rp50.00	0.5 Rp25.00
	Harga Nasi Ikan Teri		0.084461538	Rp990.67

Tabel 4. 11 Rincian Biaya Bahan Baku Nasi Oseng Tempe

No.	Menu	Harga/Unit	Nasi Oseng Tempe	Harga
1	Beras	Rp 9000/kg Kg	Rp9,000.00	0.061538462 Rp553.85
2	Tempe	Rp 15000/kg Kg	Rp15,000.00	0.016559441 Rp248.39
3	Minyak goreng	Rp 13000/liter Liter	Rp13,000.00	0.001538462 Rp20.00
4	Bawang Putih	Rp 45000/kg Kg	Rp45,000.00	0.000769231 Rp34.62

No.	Menu			Harga/Unit	Nasi Oseng Tempe	Harga
5	Ketumbar	Rp 30000/kg	Kg	Rp30,000.00	0.000307692	Rp9.23
6	Garam	Rp 7500/kg	Kg	Rp7,500.00	0.000384615	Rp2.88
7	Penyedap rasa	Rp 25000/kg	Kg	Rp25,000.00	0.000153846	Rp3.85
8	Pembungkus	Rp 50000/1000	Unit	Rp50.00	0.5	Rp25.00
	Harga Nasi Oseng Tempe				0.081358974	Rp897.81

Tabel 4. 12 Rincian Biaya Bahan Baku Nasi Sayur

No.	Menu	Harga/Unit			Nasi Sayur	Harga
1	Beras	Rp 9000/kg	Kg	Rp9,000.00	0.061538462	Rp553.85
2	Buncis	Rp 6000/kg	Kg	Rp6,000.00	0.015384615	Rp92.31
3	Bawang merah	Rp 30000/kg	Kg	Rp30,000.00	0.000615385	Rp18.46
4	Bawang putih	Rp 45000/kg	Kg	Rp45,000.00	0.000769231	Rp34.62
5	Cabe rawit	Rp 6000/ons	Kg	Rp60,000.00	0.002307692	Rp138.46
6	Gula pasir	Rp 13000/kg	Kg	Rp13,000.00	0.000230769	Rp3.00
7	Gula Jawa	Rp 1300/ons	Kg	Rp13,000.00	0.000230769	Rp3.00
8	Minyak goreng	Rp 13000/liter	Liter	Rp13,000.00	0.001538462	Rp20.00
9	Garam	Rp 7500/kg	Kg	Rp7,500.00	0.000384615	Rp2.88
10	Penyedap rasa	Rp 25000/kg	Kg	Rp25,000.00	0.000153846	Rp3.85
11	Pembungkus	Rp 50000/1000	Unit	Rp50.00	0.5	Rp25.00
Harga Nasi Sayur					0.083153846	Rp895.42

4.2. Pengolahan Data

4.2.1 Quality Function Development

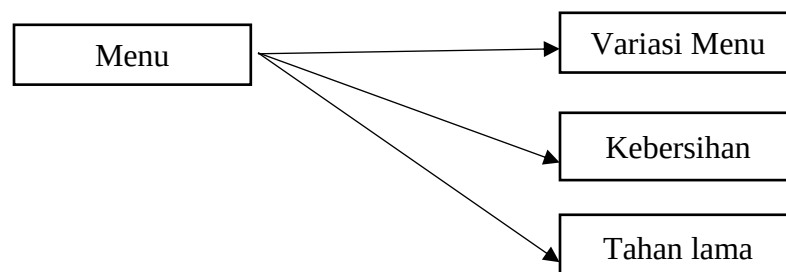
4.2.1.1 Menentukan Technical Requirements

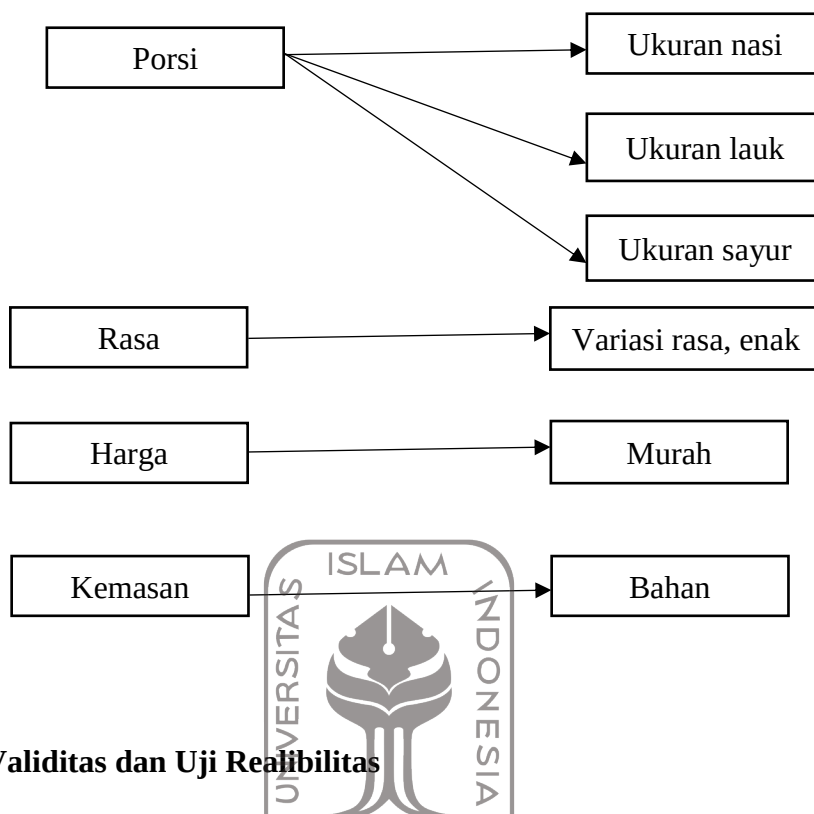
Dari kebutuhan konsumen (*Customer Needs*) kemudian diterjemahkan ke dalam kebutuhan teknis (*Technical Requirements*). Jika *customer needs* mewakili *voice of customer* atau suara konsumen merupakan karakteristik kualitas perancangan nasi bungkus, maka *technical requirements* yang didapat adalah :

1. Variasi menu
2. Kebersihan
3. Tahan lama
4. Ukuran nasi
5. Ukuran lauk
6. Ukuran sayur
7. Variasi rasa
8. Murah
9. Bahan



Salah satu langkah penting dalam matriks perencanaan produk adalah menerjemahkan kebutuhan konsumen ke dalam kebutuhan teknis agar lebih menspesifikasikan sebuah rancangan atau desain yang umum sebelumnya. Langkah selanjutnya adalah membuat struktur penyebab atau arti teknis setiap *voice of customers* untuk mendeskripsikan konsep produk tersebut. Untuk mendapatkan kebutuhan teknis ini setiap keinginan konsumen diterjemahkan ke dalam bahasa teknis dan satu keinginan konsumen mungkin dapat diterjemahkan dalam satu atau lebih bahasa teknis tersebut (Imam Djati, 2005:68). Berikut *customer needs* yang diterjemahkan ke *technical requirements*, yaitu :





4.2.1.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (*a valid measure if it successfully measure the phenomenon*) (Ir. Syofian Siregar, 2015). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Dengan menggunakan SPSS Statistics 20, diperoleh hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 4. 13 Uji Validitas

		Correlations					
		Menu	Porsi	Rasa	Harga	Kemasan	TotalSkor
Menu	Pearson	1	.372**	.323**	.298**	.314**	.745**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000
Porsi	N	125	125	125	125	125	125
	Pearson	.372**	1	-.107	.438**	.188*	.588**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000		.234	.000	.036	.000
	N	125	125	125	125	125	125

		Correlations					
		Menu	Porsi	Rasa	Harga	Kemasan	TotalSkor
Rasa	Pearson	.323**	-.107	1	.086	.059	.451**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.234		.342	.511	.000
	N	125	125	125	125	125	125
Harga	Pearson	.298**	.438**	.086	1	.433**	.706**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.342		.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125
Kemas an	Pearson	.314**	.188*	.059	.433**	1	.639**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.036	.511	.000		.000
	N	125	125	125	125	125	125
TotalSko r	Pearson	.745**	.588**	.451**	.706**	.639**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	125	125	125	125	125	125

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasi uji validitas data menunjukkan semua jawaban valid, karena nilai Sig < 0.05. Sedangkan uji reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam SPSS ada fasilitas yang dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas yaitu melalui uji statistic *Cronbach alpha* dan dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach alpha* ≥ 0.6 . Adapun hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 14 Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.609	5

Hasil uji reliabel dikatakan layak karena *Cronbach alpha* 0.609.

4.2.1.3 Importance Rating

Importance Rating digunakan untuk mengetahui nilai kepentingan kebutuhan konsumen dengan skala relative atau dengan angka yang lebih tinggi untuk mengidentifikasi tingkat kepentingan konsumen yaitu :

Nilai 9 untuk sangat penting

Nilai 7 untuk lebih penting

Nilai 5 untuk penting

Nilai 3 untuk kurang penting

Nilai 1 untuk tidak penting

Untuk melakukan perhitungan dapat dengan menggunakan rumus:

$$\text{Importance Rating} = \frac{\text{Jumlah responden yang memilih} \times \text{bobot masing-masing nilai kepentingan}}{\text{jumlah kuesioner yang disebar}} \times 100$$

Tabel 4. 15 *Importance Rating Menu*

Menu			
Keterangan	Skala	Score	Jumlah
Sangat penting	9	32	288
Lebih penting	7	37	259
Penting	5	29	145
Tidak penting	3	26	78
Sangat tidak penting	1	1	1
Total		125	771
IR			6.168

Tabel 4. 16 *Importance Rating Porsi*

Porsi			
Keterangan	Skala	Score	Jumlah
Sangat penting	9	38	342
Lebih penting	7	33	231
Penting	5	31	155
Tidak penting	3	22	66
Sangat tidak penting	1	1	1
Total		125	795
IR			6.36

Tabel 4. 17 *Importance Rating Rasa*

Rasa			
Keterangan	Skala	Score	Jumlah
Sangat penting	9	43	387
Lebih penting	7	26	182
Penting	5	42	210
Tidak penting	3	14	42
Sangat tidak penting	1	0	0
Total		125	821
IR			6.568

Tabel 4. 18 *Importance Rating Harga*

Harga			
Keterangan	Skala	Score	Jumlah
Sangat penting	9	49	441
Lebih penting	7	42	294
Penting	5	19	95
Tidak penting	3	15	45
Sangat tidak penting	1	0	0
Total		125	875
IR			7

Tabel 4. 19 *Importance Rating Kemasan*

Kemasan			
Keterangan	Skala	Score	Jumlah
Sangat penting	9	5	45
Lebih penting	7	12	84
Penting	5	24	120
Tidak penting	3	46	138
Sangat tidak penting	1	38	38
Total		125	425
IR			3.4

Hasil perhitungan *Importance Rating* yang didapat adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 20 Total Hasil Perhitungan *Importance Rating*

No	Kebutuhan Konsumen	<i>Importance Rating</i>
1	Menu	6.17
2	Porsi	6.36
3	Rasa	6.57
4	Harga	7.01
5	Kemasan	3.41

4.2.1.4 Menentukan Target

Target dari perancangan produk ini adalah mendapatkan rancangan nasi bungkus yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen supaya dapat memenuhi kebutuhan konsumsi sehari-harinya tanpa adanya beban. Setelah teridentifikasi *customer needs* kemudian diterjemahkan ke *technical requirements*, maka dibuat target dimana target merupakan bagian terukur dari *technical requirements* yang akan dicapai. Adapun target tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 21 Target

<i>Technical Requirements</i>	<i>Target</i>
Variasi menu	Nasi Lauk Sayur Sambal
Kebersihan	Higienis
Tahan lama	1 hari
Ukuran nasi	65 Gram
Ukuran lauk	15 Gram
Ukuran sayur	20 Gram
Variasi rasa	3 rasa
Murah	Sesuai harga produksi
Bahan	Tidak mudah rusak

4.2.1.5 Menentukan *Relationship*

Pada tahap ini dilakukan analisis hubungan antara kebutuhan konsumen dengan kebutuhan teknis yang telah terbentuk. Sehingga diperoleh hubungan yang kuat, sedang atau lemah. Dikatakan hubungan kuat apabila keinginan teknis tertentu merupakan interpretasi langsung suatu keinginan konsumen. Sedangkan hubungan sedang dan lemah umumnya dari hubungan keinginan konsumen dengan kebutuhan teknis yang bukan interpretasi langsungnya. Penilaian ini menggunakan skala ordinal. Skala ordinal merupakan tingkat pengukuran data berupa urutan ranking data, yang memberi arti data bahwa satu obyek lebih, kurang atau sama jumlahnya dari atributnya dibandingkan dengan beberapa obyek lainnya. Nilai yang digunakan untuk menggambarkan ketiga hubungan tersebut adalah sebagai berikut:

Nilai 9 mempunyai arti hubungan kuat

Nilai 3 mempunyai arti hubungan sedang

Nilai 1 mempunyai arti hubungan lemah

Pemberian nilai hubungan didasarkan atas data kualitatif yang diperoleh dari wawancara dan melakukan observasi dengan masyarakat yang tergolong berpenghasilan rendah yaitu tukang becak, buruh/kuli bangunan, kuli panggul dan pedagang asongan.

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

No	Kebutuhan konsumen	Important Rating	variasi menu	kebersihan	tahan lama	ukuran nasi	ukuran lauk	ukuran sayur	variasi rasa	murah	bahan
			1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Menu	6.17	●	●	●	○	○	○	○	●	
2	Porsi	6.36	○			●	●	●			
3	Rasa	6.57	○						●		
4	Harga	7.01	●	●		●	●	●		●	
5	Kemasan	3.41		△				△		○	●

Gambar 4. 2 Matriks Hubungan Kebutuhan Konsumen Terhadap Kebutuhan Teknis

No	Kebutuhan konsumen	Important Rating	1	2	3	4	5	6	7	8	9
			variasi menu	kebersihan	tahan lama	ukuran nasi	ukuran lauk	ukuran sayur	variasi rasa	murah	bahan
1	Menu	6.17	9	9	9	3	3	3	3	9	
2	Porsi	6.36	3			9	9	9			
3	Rasa	6.57	3						9		
4	Harga	7.01	9	9		9	9	9		9	
5	Kemasan	3.41		1				1		3	9

Gambar 4. 3 Matriks Hubungan Kebutuhan Konsumen Terhadap Kebutuhan Teknis

4.2.1.6 Menentukan Bobot Kolom

Bobot Kolom merupakan nilai kepentingan untuk *technical requirements*. Bobot kolom dari QFD merupakan rangkaian proses untuk mendapatkan informasi, struktur dan tingkatan pengembangan atau rancangan nasi bungkus. Penentuan bobot kolom adalah penjumlahan dari perkalian *importance rating* kebutuhan konsumen dengan nilai korelasi kebutuhan konsumen dengan nilai korelasi kebutuhan konsumen dengan kebutuhan teknis.

$$\text{Bobot kolom} = \sum ((\text{tingkat kepentingan kebutuhan konsumen}) \times (\text{nilai korelasi kebutuhan konsumen dengan kebutuhan teknis}))$$

Bobot kolom untuk kebutuhan teknis ke-1 yaitu variasi menu adalah jumlah dari seluruh perkalian tingkat kepentingan (*importance rating*) kebutuhan konsumen dengan nilai hubungan antara kebutuhan konsumen dengan kebutuhan teknis ke-1

$$\text{Bobot kolom} = (4.67 \times 9) + (5.66 \times 3) + (6.22 \times 3) + (6.27 \times 9)$$

Berdasarkan hasil perhitungan untuk keseluruhan bobot kolom dapat dilihat pada Gambar 4.4 berikut ini:

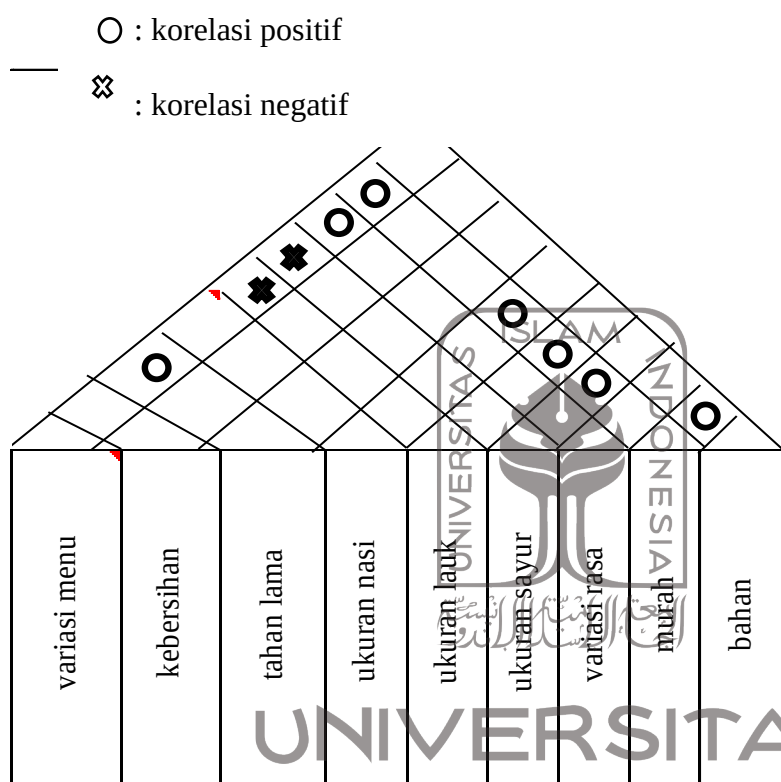
No	Kebutuhan konsumen	Important Rating	variasi menu	kebersihan	tahan lama	ukuran nasi	ukuran lauk	ukuran sayur	variasi rasa	murah	bahan
1	Menu	6.17	55.53	55.53	55.53	18.51	18.51	18.51	18.51	55.53	
2	Porsi	6.36	19.08			57.24	57.24	57.24			
3	Rasa	6.57	19.71						59.13		
4	Harga	7.01	63.09	63.09		56.43	56.43	56.43		56.43	
5	Kemasan	3.41		3.41				3.41		10.23	30.69

Gambar 4. 4 Matriks Kebutuhan Konsumen dan Kebutuhan Teknis dan Kolom Bobot

4.2.1.7 Membuat Matriks Korelasi

Banyak kebutuhan teknis (*technical requirements*) yang saling berhubungan satu sama lain dengan kebutuhan teknis lainnya. untuk membuktikan itu salah satunya adalah dengan adanya hubungan antar kebutuhan teknis. Terdapat hasil efek yang positif atau saling menguntungkan dan terdapat hasil efek yang negatif. Hubungan positif adalah sebuah kebutuhan teknis yang bisa mendukung kebutuhan teknis yang lainnya. Hubungan negative

adalah anantara sebuah kebutuhan teknis dengan kebutuhan teknis ;ainnya menimbulkan akibat yang saling merugikan atau salah satu yang dirugikan (Imam Djati, 2005). Dan simbol yang menunjukkan hubungan karakteristik, sebagai berikut:



Gambar 4. 5 Matriks Korelasi Kebutuhan Teknis

4.2.1.8 Menentukan *Customer Competitive Evaluations*

Berdasarkan rekapitulasi kuesioner tahap 3, didapat perhitungan untuk menentukan *Customer Competitive Evaluations* (CCE) yang sesuai dengan tingkat kinerja produk pesaing dengan produk perusahaan. CCE adalah hasil performansi yang dihasilkan dari produk perusahaan dan produk pesaing untuk setiap kebutuhan teknis yang tujuannya untuk menguji perbandingan kemampuan teknis untuk pengembangan produk. Berdasarkan kasus ini, produk pesaing nasi bungkus adalah nasi bungkus yang sebelumnya telah dijual dipasaran seperti contohnya nasi bungkus yang dijual di angkringan Malioboro atau di wilayah Yogyakarta dimana peneliti melakukan penelitian. Sedangkan nasi bungkus yang diproduksi perusahaan adalah menggunakan menu, porsi, rasa, harga dan kemasan yang telah

disesuaikan dengan rancangan berdasarkan suara konsumen atau *voice of customer*. Berdasarkan penelitian mengenai tingkat kepuasan pembeli atau konsumen nasi bungkus yang ada di daerah Yogyakarta mengatakan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh harga, yaitu sebesar 51,4%, sedangkan sisanya sebesar 48,5% dipengaruhi oleh variabel lain. (Nenci Feronica, 2014). Jadi, pada nasi bungkus yang telah ada sebelumnya atribut yang paling menonjol adalah harga sehingga, supaya nasi bungkus perusahaan dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen dan dapat bersaing dengan kompetitor lain adalah dengan mengetahui variabel atau atribut keinginan konsumen yaitu pada menu, porsi, rasa, harga, dan kemasan yang telah didapat berdasarkan *voice of customers* yang kemudian ditentukan *goals* dalam mencapai target dari perusahaan untuk dapat bersaing dengan kompetitor lain. Perhitungan CCE didapat dari total score ($\text{bobot} \times \text{jumlah responden yang memilih}$) yang kemudian dikalikan dengan jumlah responden. Adapun hasil perhitunganan CCE adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 22 Total Score Menu

Menu					
Keterangan	bobot	produk dikembangkan	jumlah	produk pesaing	jumlah
Sangat Tidak Baik	1	3	3	0	0
Tidak Baik	2	19	38	9	18
Biasa	3	43	129	28	84
Baik	4	33	132	53	212
Sangat Baik	5	27	135	35	175
total		125	437	125	489

Tabel 4. 23 Total Score Porsi

Porsi					
Keterangan	bobot	produk dikembangkan	jumlah	produk pesaing	jumlah
Sangat Tidak Baik	1	6	6	6	6
Tidak Baik	2	24	48	24	48
Biasa	3	48	144	48	144
Baik	4	25	100	25	100
Sangat Baik	5	22	110	22	110

total	125	408	125	408
-------	-----	-----	-----	-----

Tabel 4. 24 Total Score Rasa

Rasa					
Keterangan	bobot	produk dikembangkan	jumlah	produk pesaing	jumlah
Sangat Tidak Baik	1	1	1	0	0
Tidak Baik	2	24	48	12	24
Biasa	3	51	153	62	186
Baik	4	30	120	23	92
Sangat Baik	5	19	95	28	140
total		125	417	125	442

Tabel 4. 25 Total Score Harga

Harga					
Keterangan	bobot	produk dikembangkan	jumlah	produk pesaing	jumlah
Sangat Tidak Baik	1	1	1	0	0
Tidak Baik	2	26	52	31	62
Biasa	3	33	99	23	69
Baik	4	38	152	31	124
Sangat Baik	5	27	135	40	160
total		125	439	125	415

Tabel 4. 26 Total Score Kemasan

Kemasan					
Keterangan	bobot	produk dikembangkan	jumlah	produk pesaing	jumlah
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0	0
Tidak Baik	2	32	64	25	50
Biasa	3	46	138	37	111
Baik	4	27	108	31	124
Sangat Baik	5	20	100	32	200
total		125	410	125	485

Tabel 4. 27 Customer Competitive Evaluations

No	Kriteria	Produk Kami	Produk Kompetitor
----	----------	-------------	-------------------

		Total score	Jumlah Responden	CCE	Total score	Jumlah Responden	CCE
1	Menu	437	125	3.5	489	125	3.9
2	Porsi	408	125	3.3	408	125	3.3
3	Rasa	417	125	3.3	442	125	3.5
4	Harga	439	125	3.5	415	125	3.3
5	Kemasan	410	125	3.3	485	125	3.9

4.2.1.9 Menentukan Goals

Untuk menentukan target tingkat kepuasan konsumen, pada skala 1-5 untuk setiap kebutuhan konsumen dalam produk baru. Sebagai contoh keinginan konsumen “menu” menunjukkan pencapaian produk ini dari *Customer Competitive Evaluations* dengan skor 3.3. Target supaya perusahaan akan mampu mencapai target pada produk baru dengan skor 4.5.

4.2.1.10 Menentukan Sales Point

Pada kolom *Sales Point* digunakan untuk menyoroti kebutuhan konsumen dimana tindakan peningkatan produk akan menghasilkan daya kompetitif yang digunakan dalam iklan produk. Yang selanjutnya nilai ini akan berguna untuk menghitung *Row Weight*. Nilai sales point adalah sebagai berikut:

Sales point

☒ : nilainya 1.2

☐ : 1

4.2.1.11 Menentukan Improvement Ratio

Improvement Ratio ini dihitung dengan membagi nilai “Goal” untuk sebuah *Voice of Customer* dengan nilai *customer competitive evaluations* untuk produk pesaing.

$$\text{Importance Ratio} = \frac{\text{Goals}}{\text{CCE Produk Pesaing}}$$

Contoh :

$$\text{Improvement Ratio} = \frac{4.5}{3.3} = 1.287185$$

Tabel 4. 28 *Improvement Ratio*

Evaluasi pesaing dari konsumen					goals	sales point	improvement ratio
1	2	3	4	5			
					4.5		1.287185
					4		1.22549
					4		1.199041
					4		1.138952
					4.5		1.371951

4.2.1.12 Menentukan Row Weight

Perhitungan *Row Weight* atau Bobot Baris adalah perolehan nilai pada setiap *Voice of Customer* dihitung dari perkalian *Importance Rating*, *Sales Point*, *Improvement Ratio*.

$$\text{Row Weight} = \text{Importance Rating} \times \text{Sales Point} \times \text{Improvement Ratio}$$

Sebagai contoh pada *Voice of Customer* 1 untuk bobot baris adalah

$$\text{Row Weight} = 1.67 \times 1 \times 1.287185 = 7.944$$

Tabel 4. 29 *Row Weight*

No	Kebutuhan konsumen	Important Rating	Sales Point	Improvement Ratio	Row Weight
1	Menu	6.17		1.287185355	7.944995894
2	Porsi	6.36		1.225490196	7.797676
3	Rasa	6.57		1.199041	9.454775
4	Harga	7.01		1.138952	9.574087
5	Kemasan	3.41		1.371951	4.672517

4.2.1.13 Menentukan *Action* atau Tindakan

Tindakan terhadap pengembangan produk/ jasa baru ditentukan melalui strategi analisis dalam House of Quality. Strategi tersebut terbagi menjadi beberapa kategori, yaitu:

a. Kategori A

Bila kinerja yang diberikan tertinggal jauh dari kinerja yang diberikan pesaing maka pihak perusahaan dapat mencontoh kinerja pesaing dan menerapkan ke perusahaan

b. Kategori B

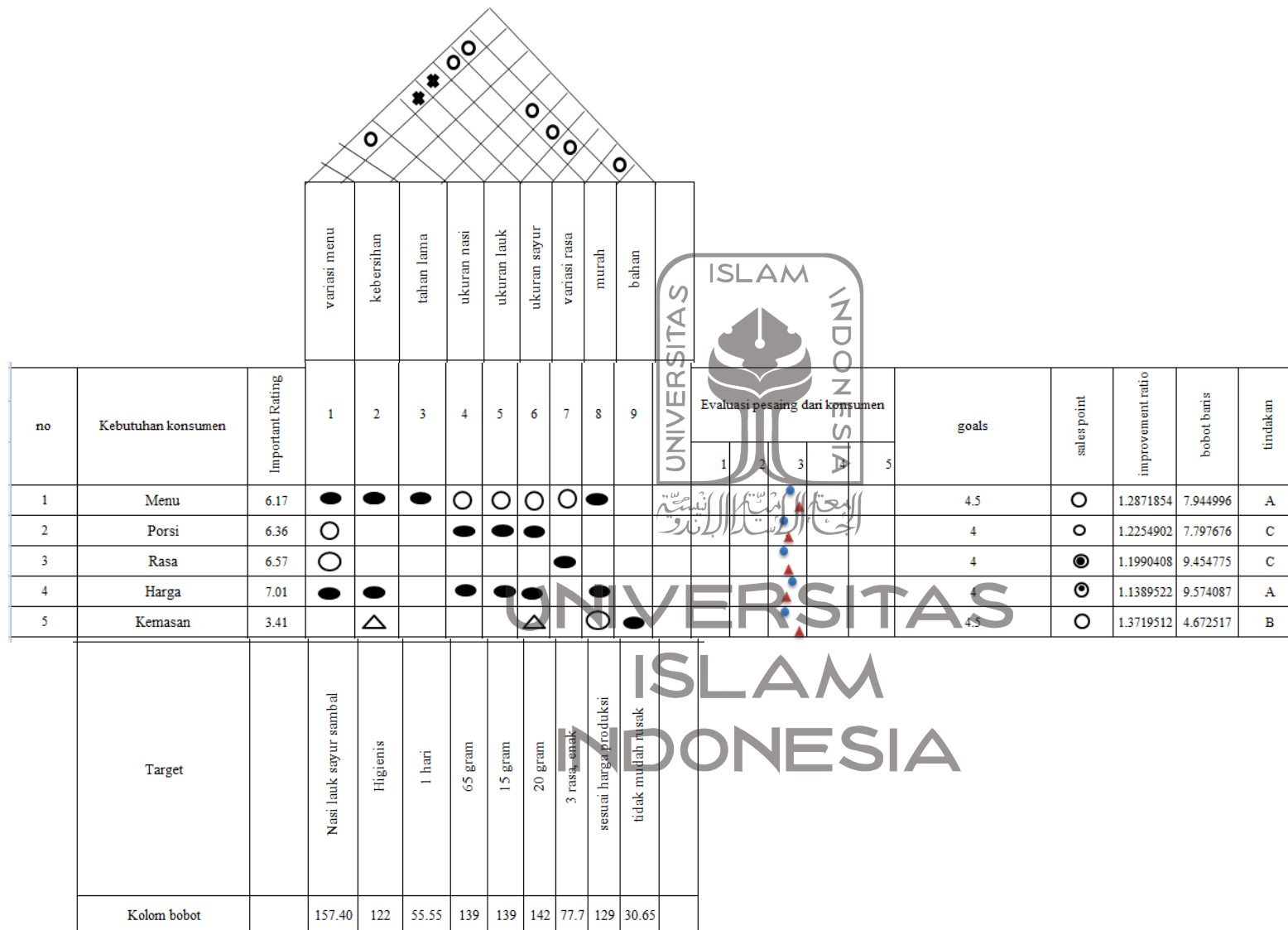
Perusahaan perlu melakukan evaluasi dan pengembangan konsep karena menurut konsumen kinerja yang diberikan pesaing lebih baik. Kinerja yang diberikan pesaing dapat dijadikan referensi bagi perusahaan dalam melakukan evaluasi dan pengembangan konsep

c. Kategori C

Perusahaan harus mencari alternative konsep lain dikarenakan pihak perusahaan tidak mendapatkan referensi dari kinerja pesaing.

4.2.1.14 *House of Quality*

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA



Gambar 4. 6 House of Quality

4.2.2 Studi Kelayakan Bisnis

4.2.2.1 Peramalan atau *Forecasting*

Forecasting atau peramalan merupakan pengetahuan untuk memperkirakan apa yang akan terjadi di masa yang akan datang. Dalam melakukan peramalan dibutuhkan data dan informasi masa lalu. Data dan informasi masa lalu tersebut dijadikan acuan bagi kondisi sekarang dan di masa yang akan datang. Pada pola data stasioner seperti data penjualan pada Gambar 4.1 menggunakan metode peramalan adalah kategori *time series*, yaitu Model Konstan, *Single Moving Average*, *Centered Moving Average*, dan *Exponential Smoothing*.



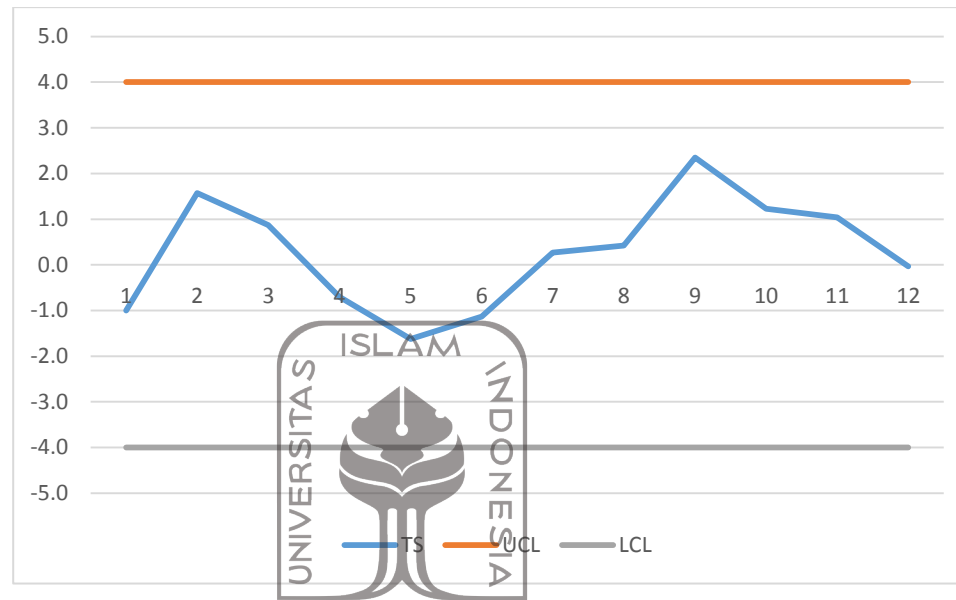
UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

a. Model Konstan

Tabel 4. 30 Model Konstan

Periode	Demand	Peramalan	FE	CFE	AD	CAD	MAD	TS	UCL	LCL
1	420,000	423666.6667	-3667	-217	3666.67	216.64	216.640	-1.0	4	-4
2	460,000	423666.6667	36333	36116	36333.33	36549.973	18274.987	2.0	4	-4
3	408,000	423666.6667	-15667	20450	15666.67	52216.640	17405.547	1.2	4	-4
4	392,000	423666.6667	-31667	-11217	31666.67	83883.307	20970.827	-0.5	4	-4
5	404,000	423666.6667	-19667	-30884	19666.67	103549.973	20709.995	-1.5	4	-4
6	436,000	423666.6667	12333	-18550	12333.33	115883.307	19313.884	-1.0	4	-4
7	452,000	423666.6667	28333	9783	28333.33	144216.640	20602.377	0.5	4	-4
8	426,000	423666.6667	2333	12116	2333.33	146549.973	18318.747	0.7	4	-4
9	466,000	423666.6667	42333	54450	42333.33	188883.307	20987.034	2.6	4	-4
10	400,000	423666.6667	-23667	30783	23666.67	212549.973	21254.997	1.4	4	-4
11	418,000	423666.6667	-5667	25116	5666.67	218216.640	19837.876	1.3	4	-4
12	402,000	423666.6667	-21667	3450	21666.67	239883.307	19990.276	0.2	4	-4

Pada Tabel 4.28 menjelaskan bahwa peramalan permintaan dengan menggunakan model Konstan didapatkan nilai MAD sebesar 19990.276. Adapun hasil *forecast* untuk Oktober 2017 sebesar 423.666. Pada perhitungan peramalan dengan model Konstan pada *tracking signal* melewati batas UCL (+4) dan LCL(-4).



Gambar 4. 7 Tracking Signal Model Konstan

b. Metode Single Moving Average

Tabel 4. 31 Metode Single Moving Average

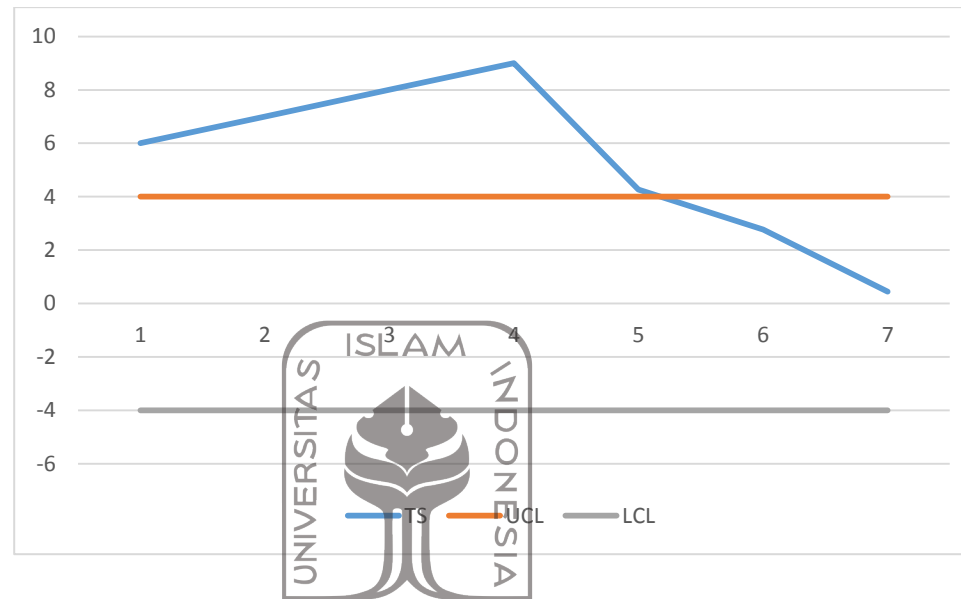
Periode	Demand	Peramalan	FE	CFE	AD	CAD	MAD	TS	UCL	LCL
6	436,000	416800	19200	406	19200	405.6	67.6	6.00591716	4	-4
7	452,000	420000	32000	32406	32000	32405.6	4629.371429	7.000086405	4	-4
8	426,000	418400	7600	40006	7600	40005.6	5000.7	8.000079989	4	-4
9	466,000	422000	44000	84006	44000	84005.6	9333.955556	9.000042854	4	-4

Periode	Demand	Peramalan	FE	CFE	AD	CAD	MAD	TS	UCL	LCL
10	400,000	436800	-36800	47206	36800	120805.6	12080.56	3.90760031	4	-4
11	418,000	436000	-18000	29206	18000	138805.6	12618.69091	2.314503161	4	-4
12	402,000	432400	-30400	-1194	30400	169205.6	14100.46667	-	4	-4
							0.084678048			

Pada Tabel 4.29 menjelaskan bahwa peramalan permintaan dengan menggunakan metode *Single Moving Average* didapatkan nilai MAD sebesar 14100.46. Adapun hasil *forecast* untuk Oktober 2017 sebesar 432400. Pada perhitungan peramalan dengan model *Single Moving Average* pada *tracking signal* melewati batas UCL (+4) dan LCL(-4).



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA



Gambar 4. 8 Tracking Signal Metode SMA

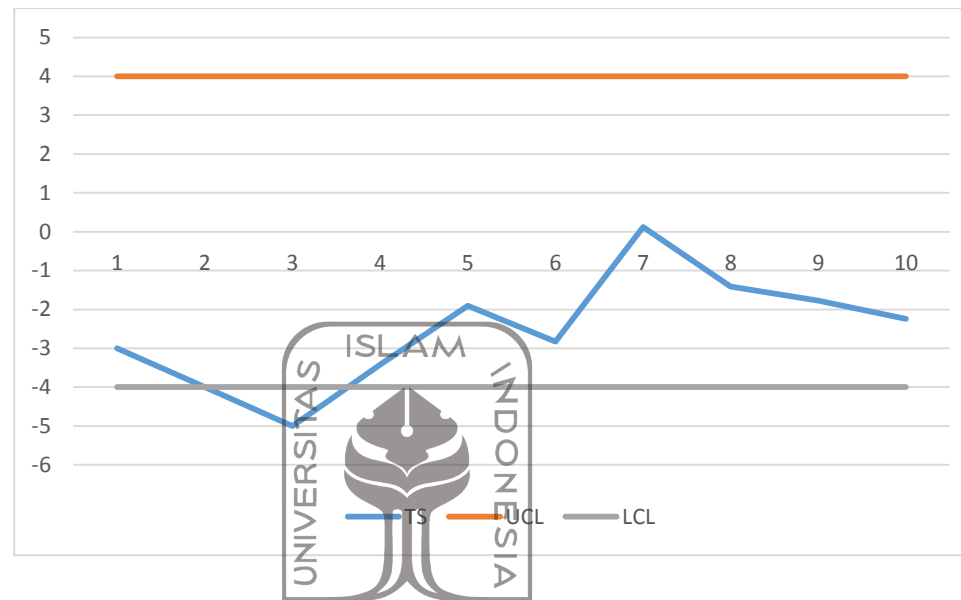
UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

c. Metode Centered Moving Average

Tabel 4. 32 Metode Centered Moving Average

Periode	Demand	Peramalan	FE	CFE	AD	CAD	MAD	TS	UCL	LCL
3	408,000	416800	-8800	-434.4	8800	434.4	144.8	-3	4	-4
4	392,000	420000	-28000	-28434.4	28000	28434.4	7108.6	-4	4	-4
5	404,000	418400	-14400	-42834.4	14400	42834.4	8566.88	-5	4	-4
6	436,000	422000	14000	-28834.4	14000	56834.4	9472.4	-	4	-4
7	452,000	436800	15200	-13634.4	15200	72034.4	10290.62857	-	4	-4
8	426,000	436000	-10000	-23634.4	10000	82034.4	10254.3	-	4	-4
9	466,000	432400	33600	9965.6	33600	115634.4	12848.26667	0.7756377	4	-4
10	400,000	422400	-22400	-12434.4	22400	138034.4	13803.44	-	4	-4
11	418,000	421500	-3500	-15934.4	3500	141534.4	12866.76364	-	4	-4
12	402,000	406666.6667	-	-	4666.666667	146201.0667	12183.42222	-	4	-4

Pada Tabel 4.30 menjelaskan bahwa peramalan permintaan dengan menggunakan metode *Centered Moving Average* didapatkan nilai MAD sebesar 12183.42. Adapun hasil *forecast* untuk Oktober 2017 sebesar 406666. Pada perhitungan peramalan dengan model *Centered Moving Average* pada tracking signal melewati batas UCL (+4) dan LCL(-4).



Gambar 4.9 Tracking Signal Metode CMA

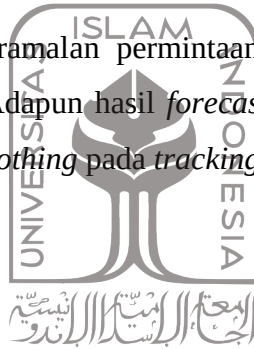
d. Exponential Smoothing

Tabel 4.33 Metode Exponential Smoothing

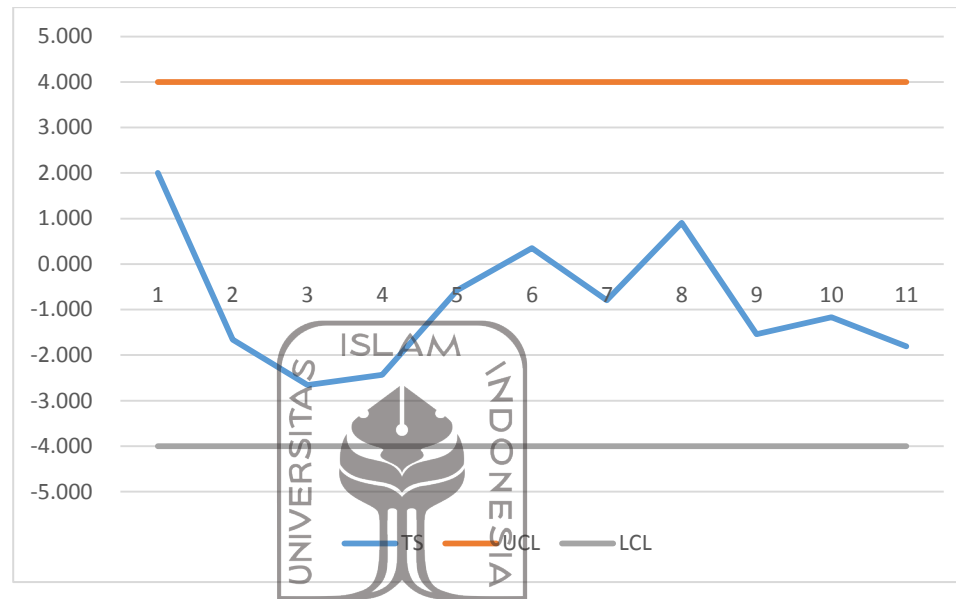
Periode	Demand	Peramalan	FE	CFE	AD	CAD	MAD	TS	UCL	LCL
2	460,000	420000	40000	692	40000	692	346	2.000	4	-4
3	408,000	456000	-48000	-47308	48000	48692	16230.66667	-2.915	4	-4
4	392,000	412800	-20800	-68108	20800	69492	17373	-3.920	4	-4
5	404,000	394080	9920	-58188	9920	79412	15882.4	-3.664	4	-4
6	436,000	403008	32992	-25196	32992	112404	18734	-1.345	4	-4
7	452,000	432700.8	19299.2	-5896.8	19299.2	131703.2	18814.74286	-0.313	4	-4
8	426,000	450070.08	-24070.08	-29966.88	24070.08	155773.28	19471.66	-1.539	4	-4

Periode	Demand	Peramalan	FE	CFE	AD	CAD	MAD	TS	UCL	LCL
9	466,000	428407.008	37592.992	7626.112	37592.992	193366.272	21485.14133	0.355	4	-4
10	400,000	462240.7008	-62240.7008	-54614.5888	62240.7008	255606.9728	25560.69728	-2.137	4	-4
11	418,000	406224.0701	11775.92992	-42838.65888	11775.92992	267382.9027	24307.53661	-1.762	4	-4
12	402,000	416822.407	-	-57661.06589	14822.40701	282205.3097	23517.10914	-2.452	4	-4
			14822.40701							

Pada Tabel 4.31 menjelaskan bahwa peramalan permintaan dengan menggunakan metode *Exponential Smoothing* didapatkan nilai MAD sebesar 23517.10. Adapun hasil *forecast* untuk Oktober 2017 sebesar 416822. Pada perhitungan peramalan dengan model *Exponential Smoothing* pada *tracking signal* melewati batas UCL (+4) dan LCL(-4).



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA



Gambar 4. 10 Tracking Signal Metode Exponential Smoothing

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

e. Perbandingan Akurasi *Error* Peramalan

Tabel 4. 34 Tabel Akurasi Error Peramalan

		MODEL		
	Konstan	<i>Single Moving Average</i>	<i>Center Moving Average</i>	<i>Eksponential Smoothing</i>
Nilai MAD	19,990	14,100	12,183	23517.109
Nilai TS	0.1725	-0.0846	-1.690	-2

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan bahwa metode yang paling baik untuk peramalan kasus diatas adalah metode *Konstan* dengan nilai MAD sebesar 19.990 dan *tracking signal* 0.17, serta tidak melewati batas UCL dan LCL yang telah ditentukan. Untuk metode selain *Single Moving Average* dan *Centered Moving Average* memang nilai MAD rendah namun nilai *tracking signal* besar dan melewati batas UCL dan LCL. Sedangkan untuk Metode *Eksponential Smoothing* tidak melewati batas UCL dan LCL namun jika dibandingkan dengan Model *Konstan* nilai MAD-nya lebih besar. Sehingga metode yang terpilih adalah metode *Konstan*.

4.2.2.2 Penentuan Rencana Penjualan

Rencana penjualan adalah jumlah penjualan yang akan dijual dalam satu bulan oleh perusahaan. Dalam kasus ini adalah rencana penjualan dipengaruhi tingkat keoptimisan penjualan pada bulan tersebut, yang dimulai pada bulan Oktober 2017. Pada bulan Oktober 2017 memulai rencana penjualan pada angka 338.933 yang berasal dari 80% nilai keoptimisan yang ada. Nilai 85% didapat dari tingkat keoptimisan penjualan nasi bungkus di bulan November 2017. Pada bulan selanjutnya penjualan nasi bungkus meningkatkan persentase rencana penjualan menjadi sebesar 90%, pada bulan selanjutnya selalu menaikkan tingkat keoptimisan hingga 100%.

Tabel 4. 35 Rencana Produksi per Periode

Bulan	Terjual	Kapasitas Produksi	<i>Forecast</i>	Nilai Keoptimisan	Rencana Produksi
1	420,000	390,000	423666.6667	80%	338,933

Bulan	Terjual	Kapasitas Produksi	Forecast	Nilai Keoptimisan	Rencana Produksi
2	460,000	390,000	423666.6667	85%	360,117
3	408,000	390,000	423666.6667	90%	381,300
4	392,000	390,000	423666.6667	95%	402,483
5	404,000	390,000	423666.6667	100%	423,667
6	436,000	390,000	423666.6667	100%	423,667
7	452,000	390,000	423666.6667	100%	423,667
8	426,000	390,000	423666.6667	100%	423,667
9	466,000	390,000	423666.6667	100%	423,667
10	400,000	390,000	423666.6667	100%	423,667
11	418,000	390,000	423666.6667	100%	423,667
12	402,000	390,000	423666.6667	100%	423,667

Tabel 4.36 Rencana Produksi per Menu

Bulan	Rencana Produksi	Nasi Ayam	Nasi Pindang	Nasi Teri	Nasi Oseng Tempe	Nasi Sayur
1	338,933	50,840	50,840	93,207	93,207	50,840
2	360,117	54,018	54,018	99,032	99,032	54,018
3	381,300	57,195	57,195	104,858	104,858	57,195
4	402,483	60,373	60,373	110,683	110,683	60,373
5	423,667	63,550	63,550	116,508	116,508	63,550
6	423,667	63,550	63,550	116,508	116,508	63,550
7	423,667	63,550	63,550	116,508	116,508	63,550
8	423,667	63,550	63,550	116,508	116,508	63,550
9	423,667	63,550	63,550	116,508	116,508	63,550
10	423,667	63,550	63,550	116,508	116,508	63,550
11	423,667	63,550	63,550	116,508	116,508	63,550
12	423,667	63,550	63,550	116,508	116,508	63,550

Rencana produksi yang dilakukan di bulan Oktober 2017 adalah sebesar 338.933 nasi bungkus, dengan rincian nasi ayam, nasi pindang dan nasi sayur masing-masing sebesar 15% dari keseluruhan rencana produksi pada bulan Oktober 2017, sedangkan nasi teri dan nasi oseng tempe masing-masing sebesar 27.5% dari rencana produksi. Adapun klasifikasi 2

menu yaitu nasi lauk yang terdiri dari nasi ayam, nasi teri dan nasi pindang, sdangkan nasi non lauk yaitu terdiri dari nasi temped an nasi sayur. Dengan rencana penjualan nasi lauk sebesar 57.5% dan nasi non lauk sebesar 42.5%. Berikut tabel rencana penjualan per klasifikasi menu:

Tabel 4. 37 Rencana Produksi Nasi Lauk dan Nasi NonLauk

Bulan	Rencana Produksi	Nasi Lauk	Nasi NonLauk
Oktober 2017	338,933	194,887	144,047
November	360,117	207,067	153,050
Desember	381,300	219,248	162,053
Januari 2018	402,483	231,428	171,055
Februari	423,667	243,608	180,058
Maret	423,667	243,608	180,058
April	423,667	243,608	180,058
Mei	423,667	243,608	180,058
Juni	423,667	243,608	180,058
Juli	423,667	243,608	180,058
Agustus	423,667	243,608	180,058
September	423,667	243,608	180,058

4.2.2.3 Penetapan Harga Jual

Harga jual suatu produk adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk suatu produk ditambah dengan margin atau keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan. Penetapan harga jual berdasarkan harga pokok produksi yang disesuaikan dengan biaya investasi, biaya operasional, persaingan dan permintaan pasar kemudian ditambahkan dengan keuntungan atau margin.

Terdapat beberapa komponen biaya yang nilai HPP-nya sama untuk masing-masing menu, yaitu biaya isi ulang gas elpiji, biaya air dan biaya listrik. Biaya gas elpiji sebesar Rp 3.08 per porsi diperoleh dari biaya gas elpiji per bulan ($\text{Rp } 1.200.000 / 390.000 = \text{Rp } 3.08$). Harga gas elpiji 12 kg per tabung adalah Rp 150.000,00 dengan rata-rata pemakaian per bulan sebanyak 8 tabung sehingga total biaya Rp 1.200.000. Begitu pula biaya overhead yaitu biaya listrik dan air yaitu sebesar Rp 0.51 untuk air dan Rp 0.51 untuk listrik pada tiap nasi bungkus yang didapatkan dari jumlah biaya air dan biaya listrik per bulan dibagi dengan jumlah produksi nasi bungkus per bulannya.

Berikut adalah Harga Pokok Produksi untuk masing-masing menu nasi bungkus:

a. Nasi Ayam

Total biaya bahan baku yang harus dikeluarkan untuk menu nasi ayam adalah sebesar Rp1.1142,68 dengan tambahan beberapa biaya lainnya, seperti biaya air, biaya listrik, biaya gas elpiji dan biaya tetap, sehingga total HPP untuk nasi ayam adalah Rp 1175.31. Dengan estimasi keuntungan sebesar 54%, maka harga jual menjadi Rp 1.794,57 per satu nasi bungkus. Secara lengkap disajikan melalui tabel berikut:

Tabel 4. 38 Penetapan Harga Jual Nasi Ayam

Harga Produk Produksi	
Harga Bahan Baku	
Nasi Ayam	1142.68
Biaya Air	0.51282
Biaya Listrik	0.51282
Biaya Gas LPG	3.07692
Biaya Tetap	28.5256
	1175.31
Margin	54%
Margin dalam Rupiah	619.262
Harga Jual	1794.57

b. Nasi Ikan Pindang

Pada menu ini, biaya bahan baku yang harus dikeluarkan adalah sebesar Rp 1.090,68, setelah ditambah dengan biaya lain-lain, maka diperoleh nilai HPP-nya sebesar Rp 1126,58. Dengan margin sebesar 61%, maka ditetapkan harga jual nasi pindang adalah Rp 1798.93. Secara lengkap disajikan melalui tabel berikut:

Tabel 4. 39 Penetapan Harga Jual Nasi Ikan Pindang

Harga Produk Produksi	
Harga Bahan Baku	
Nasi Ikan Pindang	1090.68
Biaya Air	0.51282
Biaya Listrik	0.51282
Biaya Gas LPG	3.07692

Biaya Tetap	28.5256
	1123.31
Margin	61%
Margin dalam Rupiah	667.817
Harga Jual	1791.12

c. Nasi Ikan Teri

Pada menu nasi ikan teri, total biaya bahan baku adalah sebesar Rp 990.67 dan setelah ditambah dengan biaya lain-lain, maka HPP-nya adalah Rp 1002,21. Dengan estimasi margin sebesar 78%, sehingga harga jual menjadi sebesar Rp 1793,96. Secara lengkap disajikan melalui tabel berikut:

Tabel 4.40 Penetapan Harga Jual Nasi Ikan Teri

Harga Produk Produksi	
Harga Bahan Baku	
Nasi Ikan Teri	990.675
Biaya Air	0.51282
Biaya Listrik	0.51282
Biaya Gas LPG	3.07692
Biaya Tetap	28.5256
	994.777
Margin	78%
Margin dalam Rupiah	775.926
Harga Jual	1770.7

d. Nasi Oseng Tempe

Pada menu nasi oseng tempe, total biaya bahan baku adalah Rp 897,815 dan setelah ditambah dengan biaya lain-lain maka HPP menjadi Rp 909.353. Dengan estimasi margin sebesar 67%, sehingga ditetapkan harga jualnya sebesar Rp 1509.53.

Tabel 4. 41 Penetapan Harga Jual Nasi Oseng Tempe

Harga Produk Produksi	
Harga Bahan Baku	
Nasi Oseng Tempe	897.815
Biaya Air	0.51282

Harga Produk Produksi	
Biaya Listrik	0.51282
Biaya Gas LPG	3.07692
Biaya Tetap	28.5256
	901.917
Margin	67%
Margin dalam Rupiah	604.285
Harga Jual	1509.53

e. Nasi Sayur

Pada menu nasi sayur, total biaya bahan baku yang diperoleh adalah sebesar Rp 894,95 kemudian ditambah dengan biaya lain-lain maka diperoleh HPP sebesar Rp 931.321. Dengan estimasi margin sebesar 65%, maka ditetapkan harga jual nasi sayru sebesar Rp 1511.78.

Tabel 4. 42 Penetapan Harga Jual Nasi Sayur

Harga Produk Produksi	
Harga Bahan Baku	
Nasi Sayur	895.423
Biaya Air	0.51282
Biaya Listrik	0.51282
Biaya Gas LPG	3.07692
Biaya Tetap	28.5256
	928.051
Margin	65%
Margin dalam Rupiah	584.692
Harga Jual	1512.74

Usaha unit nasi bungkus ini, menetapkan harga jual diklasifikasikan menjadi 2, yaitu untuk nasi ayam, nasi pindang dan nasi teri termasuk dalam klasifikasi nasi dengan lauk, sedangkan nasi oseng tempe dan nasi sayur termasuk dalam klasifikasi nasi tanpa lauk. Dengan begitu, usaha unit nsi bungkus ini menjual nasi bungkus dalam 2 macam.

Tabel 4. 43 Klasifikasi Menu

Klasifikasi		Harga Jual
Nasi Lauk	Nasi Ayam	Rp1,794.57

	Nasi Ikan Pindang	Rp1,791.12
	Nasi Ikan Teri	Rp1,770.7
Nasi Non-Lauk	Nasi Oseng Tempe	Rp1,506.2
	Nasi Sayur	Rp1,512.74

Tabel 4. 44 Penetapan Harga Jual sesuai Klasifikasi

Klasifikasi	Harga Pokok Produksi	Margin	Margin dalam Rupiah	Harga Jual
Nasi Lauk	Rp1,097.79	64.33%	Rp706.25	Rp1,804.05
Nasi Non-lauk	Rp914.98	66.00%	Rp603.89	Rp1,518.87

4.2.2.4. Perhitungan *Break Event Point*

Break event point adalah titik dimana penjualan suatu produk tidak mengalami keuntungan dan kerugian. Perhitungan BEP adalah sebagai berikut:

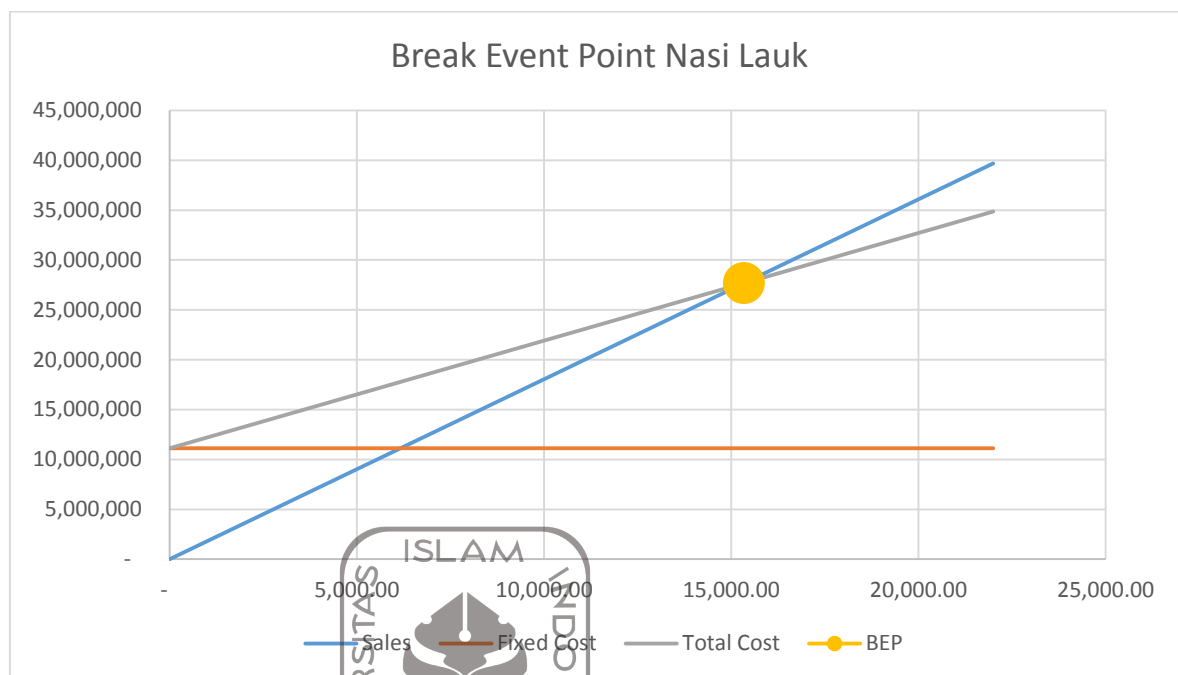
$$X = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga jual per unit} - \text{biaya variabel per unit}}$$

$$Y = X \times \text{Harga jual/unit}$$

Tabel 4. 45 *Break Even Point* Nasi Lauk

Unit	Penjualan	Biaya Variabel	Biaya Tetap	Total Harga	Laba/Rugi
-	-	-	11,125,000	11,125,000	(11,125,000)
1,000	1,804,047	1,079,000	11,125,000	12,204,000	(10,399,953)
2,000	3,608,095	2,158,000	11,125,000	13,283,000	(9,674,905)
3,000	5,412,142	3,237,000	11,125,000	14,362,000	(8,949,858)
4,000	7,216,190	4,316,000	11,125,000	15,441,000	(8,224,810)
5,000	9,020,237	5,395,000	11,125,000	16,520,000	(7,499,763)
6,000	10,824,284	6,474,000	11,125,000	17,599,000	(6,774,716)
7,000	12,628,332	7,553,000	11,125,000	18,678,000	(6,049,668)

Unit	Penjualan	Biaya Variabel	Biaya Tetap	Total Harga	Laba/Rugi
8,000	14,432,379	8,632,000	11,125,000	19,757,000	(5,324,621)
9,000	16,236,426	9,711,000	11,125,000	20,836,000	(4,599,574)
10,000	18,040,474	10,790,000	11,125,000	21,915,000	(3,874,526)
11,000	19,844,521	11,869,000	11,125,000	22,994,000	(3,149,479)
12,000	21,648,569	12,948,000	11,125,000	24,073,000	(2,424,431)
13,000	23,452,616	14,027,000	11,125,000	25,152,000	(1,699,384)
14,000	25,256,663	15,106,000	11,125,000	26,231,000	(974,337)
15,000	27,060,711	16,185,000	11,125,000	27,310,000	(249,289)
16,000	28,864,758	17,264,000	11,125,000	28,389,000	475,758
17,000	30,668,805	18,343,000	11,125,000	29,468,000	1,200,805
18,000	32,472,853	19,422,000	11,125,000	30,547,000	1,925,853
19,000	34,276,900	20,501,000	11,125,000	31,626,000	2,650,900
20,000	36,080,948	21,580,000	11,125,000	32,705,000	3,375,948
21,000	37,884,995	22,659,000	11,125,000	33,784,000	4,100,995
22,000	39,689,042	23,738,000	11,125,000	34,863,000	4,826,042



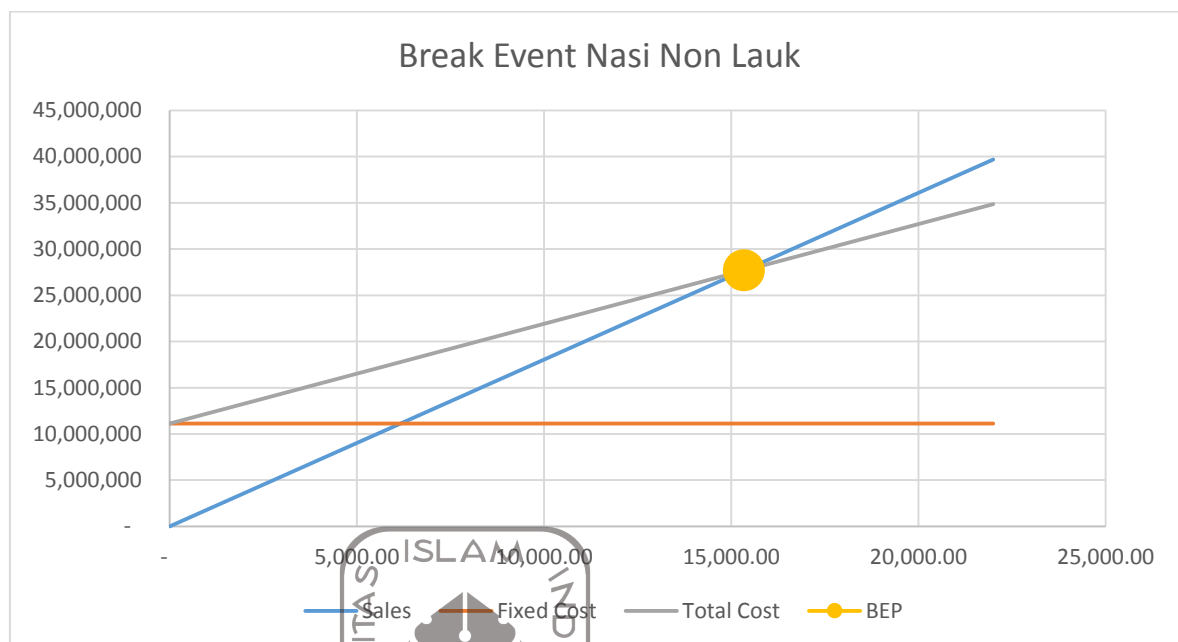
Gambar 4.11 Break Even Point Nasi Lauk

BEP merupakan titik dimana pertemuan (x,y) yaitu pada (15.343;27.680) seperti yang gambar grafik diatas. Pada tabel yang dijelaskan diatas, pada penjualan 15.343 unit telah didapat titik impas dimana hasil penjualan tidak mengalami keuntungan dan kerugian.

Tabel 4. 46 Break Even Point Nasi NonLauk

Unit	Penjualan	Biaya Variabel	Biaya Tetap	Total Harga	Laba/Rugi
-	-	-	11,125,000	11,125,000	(11,125,000)
1,000	1,518,874	901,000	11,125,000	12,026,000	(10,507,126)
2,000	3,037,748	1,802,000	11,125,000	12,927,000	(9,889,252)
3,000	4,556,622	2,703,000	11,125,000	13,828,000	(9,271,378)
4,000	6,075,496	3,604,000	11,125,000	14,729,000	(8,653,504)
5,000	7,594,369	4,505,000	11,125,000	15,630,000	(8,035,631)

Unit	Penjualan	Biaya Variabel	Biaya Tetap	Total Harga	Laba/Rugi
6,000	9,113,243	5,406,000	11,125,000	16,531,000	(7,417,757)
7,000	10,632,117	6,307,000	11,125,000	17,432,000	(6,799,883)
8,000	12,150,991	7,208,000	11,125,000	18,333,000	(6,182,009)
9,000	13,669,865	8,109,000	11,125,000	19,234,000	(5,564,135)
10,000	15,188,739	9,010,000	11,125,000	20,135,000	(4,946,261)
11,000	16,707,613	9,911,000	11,125,000	21,036,000	(4,328,387)
12,000	18,226,487	10,812,000	11,125,000	21,937,000	(3,710,513)
13,000	19,745,360	11,713,000	11,125,000	22,838,000	(3,092,640)
14,000	21,264,234	12,614,000	11,125,000	23,739,000	(2,474,766)
15,000	22,783,108	13,515,000	11,125,000	24,640,000	(1,856,892)
16,000	24,301,982	14,416,000	11,125,000	25,541,000	(1,239,018)
17,000	25,820,856	15,317,000	11,125,000	26,442,000	(621,144)
18,000	27,339,730	16,218,000	11,125,000	27,343,000	(3,270)
19,000	28,858,604	17,119,000	11,125,000	28,244,000	614,604
20,000	30,377,478	18,020,000	11,125,000	29,145,000	1,232,478
21,000	31,896,352	18,921,000	11,125,000	30,046,000	1,850,352
22,000	33,415,225	19,822,000	11,125,000	30,947,000	2,468,225



Gambar 4.12 Break Even Point Nasi NonLauk

BEP merupakan titik dimana pertemuan (x,y) yaitu pada (18.005;27.347) seperti yang gambar grafik diatas. Pada tabel yang dijelaskan diatas, pada penjualan 18.005 unit telah didapat titik impas dimana hasil penjualan tidak mengalami keuntungan dan kerugian.

4.2.2.5. Cash Flow

Cash Flow adalah jumlah uang kas yang keluar dan yang masuk yang disebabkan oleh adanya uang yang masuk atau aliran masuk dan uang yang keluar atau aliran keluar. Berikut adalah *cash in flow* (aliran masuk) dan *cash out flow* (aliran keluar) dari unit usaha nasi bungkus:

Tabel 4. 47 *Cash In Flow*

CASH IN FLOW	0	1	2	3	4	5	6
Prediksi Volume Penjualan (nasi lauk)	194,887	207,067	219,248	231,428	243,608	243,608	
Prediksi Volume Penjualan (nasi nonlauk)	144,047	153,050	162,053	171,055	180,058	180,058	
Ketepatan prediksi (nasi lauk)	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
Ketepatan prediksi (nasi nonlauk)	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
Realisasi Volume Penjualan (nasi lauk)	194,887	207,067	219,248	231,428	243,608	243,608	
Realisasi Volume Penjualan (nasi nonlauk)	144,047	153,050	162,053	171,055	180,058	180,058	

CASH IN FLOW	0	1	2	3	4	5	6
Prediksi Harga/unit (nasi lauk)		Rp1,804.05	Rp1,804.05	Rp1,804.05	Rp1,804.05	Rp1,804.05	Rp1,804.05
Prediksi Harga/unit (nasi nonlauk)		Rp1,518.87	Rp1,518.87	Rp1,518.87	Rp1,518.87	Rp1,518.87	Rp1,518.87
Ketepatan Prediksi Harga (nasi lauk)	100%		100%	100%	100%	100%	100%
Ketepatan Prediksi Harga (nasi nonlauk)	100%		100%	100%	100%	100%	100%
Harga (nasi lauk)		Rp1,804.05	Rp1,804.05	Rp1,804.05	Rp1,804.05	Rp1,804.05	Rp1,804.05
Harga (nasi nonlauk)		Rp1,518.87	Rp1,518.87	Rp1,518.87	Rp1,518.87	Rp1,518.87	Rp1,518.87
Total Cash In Flow	Rp570,373,499.09	Rp606,021,842.78	Rp641,670,186.48	Rp677,318,530.17	Rp712,966,873.86	Rp712,966,873.86	Rp712,966,873.86

CASH IN FLOW	7	8	9	10	11	12
Prediksi Volume Penjualan (nasi lauk)	243,608	243,608	243,608	243,608	243,608	243,608
Prediksi Volume Penjualan (nasi nonlauk)	180,058	180,058	180,058	180,058	180,058	180,058
Ketepatan prediksi (nasi lauk)	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Ketepatan prediksi (nasi nonlauk)	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Realisasi Volume Penjualan (nasi lauk)	243,608	243,608	243,608	243,608	243,608	243,608
Realisasi Volume Penjualan (nasi nonlauk)	180,058	180,058	180,058	180,058	180,058	180,058
Prediksi Harga/unit (nasi lauk)	Rp1,804.05	Rp1,804.05	Rp1,804.05	Rp1,804.05	Rp1,804.05	Rp1,804.05

Tabel 4. 48 *Cash Out Flow*

INDONESIA

[illegible]

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

[illegible]

CASH OUT FLOW	7	8	9	10	11	12
(nasi lauk) (1073)						
Biaya Variabel/Unit (nasi nonlauk) (896)	Rp161,997,727.01	Rp161,997,727.01	Rp161,997,727.01	Rp161,997,727.01	Rp161,997,727.01	Rp161,997,727.01
Total Biaya Variabel	Rp372,037,778.43	Rp372,037,778.43	Rp372,037,778.43	Rp372,037,778.43	Rp372,037,778.43	Rp372,037,778.43
Total cash out flow	Rp383,562,778.43	Rp383,562,778.43	Rp383,562,778.43	Rp383,562,778.43	Rp383,562,778.43	Rp383,562,778.43

Tabel 4. 49 Net Cash Flow

	0	1	2	3	4	5	6
Total cash in flow		Rp570,373,499. 09	Rp606,021,842. 78	Rp641,670,186. 48	Rp677,318,530. 17	Rp712,966,873. 86	Rp712,966,873. 86

	0	1	2	3	4	5	6
Total cash out flow	Rp19,930,000.00	Rp351,163,233.03	Rp359,263,119.38	Rp367,363,005.73	Rp375,462,892.08	Rp383,562,778.43	Rp383,562,778.43
Net Cash Flow	Rp19,930,000.00	Rp219,210,266.06	Rp246,758,723.41	Rp274,307,180.75	Rp301,855,638.09	Rp329,404,095.43	Rp329,404,095.43

	7	8	9	10	11	12
Total cash in flow	Rp712,966,873.86	Rp712,966,873.86	Rp712,966,873.86	Rp712,966,873.86	Rp712,966,873.86	Rp712,966,873.86
Total cash out flow	Rp383,562,778.43	Rp383,562,778.43	Rp383,562,778.43	Rp383,562,778.43	Rp383,562,778.43	Rp383,562,778.43
Net Cash Flow	Rp329,404,095.43	Rp329,404,095.43	Rp329,404,095.43	Rp329,404,095.43	Rp329,404,095.43	Rp329,404,095.43

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

4.2.2.6. Perhitungan NPV, AW,FW dan IRR

Net Present Value (NPV) atau nilai bersih sekarang merupakan perhitungan aliran kas yang dikonversikan menjadi nilai sekarang. NPV dikatakan layak jika ≥ 0 . *Annual Worth* (AW) adalah metode menghitung aliran kas yang dikonversikan ke dalam deret seragam tahunan. AW dikatakan layak jika pada MARR tertentu ≥ 0 . *Future Worth* (FW) adalah metode menghitung aliran kas yang dikonversikan menjadi nilai mendatang. FW dikatakan layak menyebabkan terjadinya keseimbangan antara semua pengeluaran dan pemasukan pada suatu periode tertentu. Sedangkan IRR merupakan alat untuk mengukur tingkat pengembalian hasil intern. IRR dikatakan layak jika pada MARR tertentu ≥ 0 . Nilai NPV, AW, FW dan IRR pada aliran kas dengan tingkat MARR sebesar 10% adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 50 Analisis Kelayakan

Analisis Kelayakan		
NPV	Rp2,069,876,524.75	Layak
AW	Rp303,781,940.62	Layak
FW	Rp6,496,159,221.59	Layak
IRR	1112%	Layak

Berdasarkan tabel diatas, nilai NPV aliran kas unit usaha nasi bungkus adalah Rp 2,069,876,524.00 yang berarti nilai uang sampai bulan September 2018 jika dijumlahkan pendapatannya pada bulan ini maka hasil yang didapat sebesar Rp 2,069,876,524.00 Nilai AW sebesar Rp 303,781,940.62 artinya tiap periode kas memiliki pemasukan sebesar Rp 303,781,940.62 dan nilai FW adalah Rp 6,496,159,221.59 artinya nilai uang yang akan didapat pada bulan terakhir adalah Rp 6,496,159,221.59. Tentunya penjumlahan ini dikaitkan dengan sifat nilai mata uang sekarang lebih besar dibandingkan dengan nilai mata uang pada tahun yang akan datang. Karena nilai NPV, AW, dan FW ≥ 0 maka dinyatakan keuangan bisnis ini layak dijalankan. Sedangkan nilai IRR adalah sebesar 1112%, karena IRR $>$ MARR yaitu 1112% $>$ 9.32% maka dapat dikatakan bisnis ini layak dijalankan.

Dengan perhitungan MARR adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{MARR} &= (1 + i)(1 + f) - 1 \\ &= (1 + 4.5\%)(1 + 4.37\%) - 1 \\ &= 9.32\% \end{aligned}$$

Dengan keterangan 4.5% merupakan suku bunga investasi dari Bank Sentral Republik Indonesia yang berlaku pada tahun 2017, serta 4.37% merupakan inflasi tertinggi dari Bank Sentral Republik Indonesia pada tahun 2017.

4.2.2.7. *Payback Period*

Payback Period merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu atau periode pengembalian investasi suatu usaha. Perhitungan *payback period* dilihat dari perhitungan kas bersih yang diperoleh setiap periode. Dalam kasus ini perhitungan *payback period* adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Investasi awal} &= \text{Rp } 19.930.000,00 \\ \text{Kas bersih periode 1} &= \text{Rp } 219.210.266,00 \quad (-) \\ &= \text{Rp } -199.280.266,00 \end{aligned}$$

Karena investasi awal tidak dapat dikurangi kas bersih pada periode ke 1, maka investasi awal dibagi kas bersih periode 1, yaitu:

$$\text{PP} = \frac{\text{Rp } 19.930.000,00}{\text{Rp } 219.210.266,00} \times 30 \text{ hari} = 2.72 \text{ hari} \approx 3 \text{ hari}$$

Maka *Payback Period* adalah 3 hari.

4.2.2.8. Analisis Sensitifitas

Perhitungan sensitifitas yang telah dilakukan, kombinasi antara kesalahan dalam memprediksi volume penjualan dan harga merupakan komponen yang paling sensitive yaitu sebesar 25.05 % yang berarti apabila terjadi perubahan terhadap volume dan harga yang melebihi 25.05 % maka usaha tersebut menjadi tidak layak. Selanjutnya, tingkat sensitifitas terhadap harga yaitu sebesar 43.82%. Begitu pula nilai sensitifitas terhadap volume juga sebesar 43.82%. Hal ini menunjukkan bahwa yang paling menentukan tingkat kelayakan usaha nasi bungkus ini adalah kombinasi antara harga dan volume yaitu sebesar 25.05%, sehingga usaha ini harus menjaga harga dan volume penjualan sampai ke angka kesalahan maksimal 25.05%.

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 *Quality Function Development*

Proses perancangan nasi bungkus yang sesuai dengan kebutuhan konsumen menggunakan metode *Quality Function Development (QFD)*. Proses yang dilakukan adalah dengan melakukan observasi, wawancara dan menyebarkan kuesioner kepada konsumen tentang apa saja yang dibutuhkan konsumen yang berkaitan dengan nasi bungkus. Untuk mendapatkan data keinginan konsumen yang merupakan *voice of customer (VOC)* dengan menyebarkan kuesioner tahap 1, yang kemudian dirangkum berdasarkan data hasil observasi dan kuesioner sehingga didapat VOC sebagai berikut:

1. Menu
2. Porsi
3. Rasa
4. Harga
5. Kemasan

Dari keinginan konsumen dari penyebaran kuesioner tahap 1 tersebut, kemudian didefinisikan ke dalam *technical requirements* atau kebutuhan teknis, yaitu:

1. Variasi menu
2. Kebersihan
3. Tahan lama
4. Ukuran nasi
5. Ukuran lauk
6. Ukuran sayur
7. Variasi rasa
8. Murah

9. Bahan

Setelah itu, penyebaran kuesioner tahap 2 yang fungsinya untuk mengetahui tingkat kepentingan konsumen terhadap kebutuhan produk. Yang menggunakan skala (9,7,5,3,1). Dari hasil rekapitan kuesioner tahap 2 didapat hasil *importance rating* adalah menu sebesar 6.17 ; porsi sebesar 6.36 ; rasa 6.57 ; harga sebesar 7.01 ; kemasan 3.41. *importance rating* dengan rating teratas adalah harga dengan nilai sebesar 7.01. Menurut responden atau konsumen menjelaskan bahwa yang paling penting adalah harga yang terjangkau atau harga yang relative murah dibandingkan dengan atribut-atribut yang lain. Setelah teridentifikasi kebutuhan konsumen yang telah diterjemahkan ke *technical requirements*, maka dibuat target yang akan dicapai sehingga terciptanya rancangan nasi bungkus yang sesuai dengan keinginan konsumen. Target yang ingin dicapai adalah

- 1). Ragam atau variasi menu yang terdiri dari nasi lauk sayur sambal
- 2). Higienis
- 3). Dengan ketahanan maksimal 1 hari
- 4). Ukuran nasi 65 gram
- 5). Ukuran lauk 15 gram
- 6). Ukuran sayur 20 gram
- 7). Ragam rasa yang tidak monoton dengan 3 rasa
- 8). Harga yang relative murah, sesuai dengan harga produksi
- 9). Kualitas bahan disesuaikan dengan produksi nasi bungkus yang relative tidak mudah rusak.

Dari hasil penelitian yang dilakukan menggunakan metode *Quality Function Development (QFD)* diketahui prioritas perancangan nasi bungkus adalah dengan harga yang relative murah, porsi serta ragam menu yang sesuai dengan harga artinya konsumen tidak terlalu menghiraukan ragam makanan yang terlalu banyak atau porsi yang banyak yang paling penting adalah sesuai dengan produksi dan murah, rasa yang tergolong wajar artinya tidak terlalu asin, manis, pedas atau asam, konsumen hanya menginginkan kemasan yang tidak mudah rusak. Perancangan nasi bungkus yang difokuskan pada

keinginan konsumen dan yang disesuaikan dengan kebutuhan proses produksi adalah dengan menu sebagai berikut:

1. Nasi Sambal Teri
Nasi 65 gram setara dengan 4 sendok
Sambal teri 15 gram setara dengan 2 sendok
2. Nasi Oseng Tempe
Nasi 65 gram setara dengan 4 sendok
Oseng tempe 20 gram setara dengan 2 sendok
Sambal 5 gram setara dengan 1 sendok teh
3. Nasi Sayur Buncis
Nasi 65 gram setara dengan 4 sendok
Sayur Buncis 15 gram setara dengan 2 sendok
Sambal 5 gram setara dengan sendok tengah
4. Nasi Ayam Goreng
Nasi 65 gram setara dengan 4 sendok
Ayam 10 gram setara dengan 2 sendok
Sambal 5 gram setara dengan 1 sendok teh
5. Nasi Oseng Pindang
Nasi 65 gram setara dengan 4 sendok
Oseng pindang 15 gram setara dengan 2 sendok
Sambal 5 gram setara dengan 1 sendok teh

5.2 Studi Kelayakan Bisnis

5.2.1 *Forecasting*

Peramalan untuk data permintaan 12 bulan di masa yang akan datang dapat dilakukan setelah data historis Juni 2016 sampai dengan Mei 2017. Dimulai dari mengetahui pola data dari data historis untuk mengetahui metode peramalan yang sesuai dengan pola data. Setelah mengetahui pola data selanjutnya dilakukan peramalan dengan menggunakan beberapa metode yaitu Model Konstan, *Simple Moving Average*, *Centered Moving Average* dan *Single Exponential Smoothing*. Setelah didapatkan hasil peramalan dari beberapa metode tersebut, kemudian membandingkan hasil *Mean Absolute Deviation* (MAD) dan hasil *Tracking Signal* (TS).

Metode peramalan yang dipilih adalah metode yang memiliki parameter kesalahan yang paling kecil atau MAD dalam kasus ini adalah Metode *Centered Moving Average* yang memiliki nilai MAD sebesar 12.183. Namun, Metode *Centered Moving Average* tidak berada dalam batas kontrol. Dan memiliki nilai TS yang paling mendekati nol dalam kasus ini adalah Model Konstan. Selain itu Model Konstan memiliki nilai TS yang tidak melewati batas UCL (+4) dan LCL (-4) atau masih dalam batas kontrol. Oleh karena itu, metode yang terpilih adalah memiliki nilai MAD yang kecil, nilai TS yang berada dalam batas UCL (+4) dan LCL (-4). Sehingga metode yang terpilih adalah model Konstan.

5.2.2 Strategi Pengembangan Pasar

Strategi ini digunakan untuk mencari segmen pasar baru. Harapan adanya segmentasi pasar yang baru ini untuk dapat menjual produk kepada konsumen baru yang lebih banyak. Rancangan nasi bungkus yang baru ini dapat dijadikan sebagai alternative memenuhi kebutuhan konsumen tidak hanya bagi masyarakat berpenghasilan rendah saja melainkan seperti mahasiswa, pegawai-pegawai kantor, atau masyarakat yang lain. Selain itu, dengan mempromosikan produk nasi bungkus ini melalui media massa baik media sosial.

5.2.3 Aspek Finansial

Berdasarkan studi kelayakan bisnis aspek finansial dalam pengembangan unit usaha adalah sebagai berikut:

a. Rencana Penjualan

Rencana penjualan didapat dari hasil peramalan dari data penjualan yang dipengaruhi oleh nilai keoptimisan unit usaha nasi bungkus. Rencana penjualan yang dimulai pada bulan Oktober 2017 yaitu sebesar 338.933 yang berasal 80% nilai keoptimisan. Selanjutnya pada bulan November 2017, karena unit usaha nasi bungkus merasa lebih optimis sehingga meningkatkan nilai keoptimisan menjadi 85% sehingga rencana penjualan pada bulan November 2017 adalah sebesar 360.117. Begitupula pada bulan Desember 2017 meningkatkan nilai keoptimisan menjadi 90% sehingga rencana penjualan sebesar 381.300. Kemudian pada bulan Januari 2018 nilai keoptimisan menjadi 95% sehingga rencana penjualan pada bulan Januari 2018 adalah sebesar 402.483. Dan pada bulan Februari 201 karena telah optimis yaitu sebesar 100% dapat melakukan

penjualan sebesar peramalan yang ada yaitu sebesar 423.667. Dan untuk periode selanjutnya penjualan sesuai dengan peramalan karena nilai keoptimisan telah 100%.

Adapun rencana penjualan dibagi berdasarkan 2 menu yaitu nasi lauk yang terdiri dari nasi ayam sebesar 15%, nasi pindang 15% dan nasi teri 27.5% sehingga nasi lauk sebesar 57.5% dari rencana penjualan, sedangkan nasi non-lauk yang terdiri dari nasi tempe dan nasi teri masing-masing sebesar 27.5% dan 15% sehingga nasi nonlauk sebesar 42.5% dari rencana penjualan yang ada. Pada bulan Oktober 2017 rencana penjualan untuk nasi lauk adalah sebesar 194.887 dan rencana penjualan untuk nasi nonlauk adalah sebesar 144.047. Begitu pula pada periode-periode selanjutnya seperti yang telah dipaparkan dalam Tabel 4.35.

b. Harga Jual

Harga jual nasi bungkus yang sampai ke konsumen telah ditetapkan adalah seharga Rp 2000,00 yang berdasarkan harga pokok produksi yang disesuaikan dengan biaya investasi, biaya operasional, persaingan dan permintaan pasar dan keuntungan. Volume nasi bungkus per masing-masing menu telah disesuaikan dengan harga pokok produksi, sehingga dengan menu yang berbeda namun harganya tetap sama. Sebelumnya dari pemasok memberikan nasi ayam, nasi pindang dan nasi teri dengan harga Rp 1800,00 serta nasi tempe dan nasi sayur dengan harga Rp 1500,00. Kemudian dari pemasok memberikan kisaran harga kepada warung atau angkringan yang menjual nasi bungkus tersebut dengan harga yang dijual per masing-masing nasi bungkus adalah Rp 2000,00. Sehingga konsumen membeli nasi bungkus dengan menu apapun dengan harga Rp 2000,00.

c. *Break Even Point*

Break Even Point Nasi Lauk yaitu titik dimana penjualan suatu produk tidak mengalami keuntungan dan kerugian adalah pada titik (x,y) yaitu (15.343;27.680). Dan diketahui penjualan untuk 15.343 unit nasi bungkus telah mengalami titik impas yang artinya penjualan 15.343 unit nasi bungkus tidak mengalami keuntungan dan kerugian. Sehingga unit usaha nasi bungkus sebaiknya menjual 15.343 unit atau lebih dari 15.343 unit agar tidak mengalami kerugian.

Break Even Point nasi non lauk yaitu yaitu titik dimana penjualan suatu produk tidak mengalami keuntungan dan kerugian adalah pada titik (x,y) yaitu (18.005;27.347) Dan diketahui penjualan untuk 18.005 unit nasi bungkus telah mengalami titik impas, dimana artinya dalam penjualan 18.005 unit nasi bungkus tidak mengalami keuntungan dan kerugian. Sehingga unit usaha nasi bungkus sebaiknya menjual 18.005 unit atau lebih dari 17.968 unit agar tidak mengalami kerugian

d. *Cash in flow*

Pada tabel *cash flow* dapat diketahui dari rencana penjualan pada periode 1 yaitu bulan Oktober 2017 sebanyak 194.887 nasi lauk. Produk dijual dengan harga Rp 1804,00 $\approx$ Rp 1.800,00. Dan rencana penjualan pada periode 1 menjual 144.047 nasi non lauk dijual dengan harga Rp 1518,00 $\approx$ Rp 1500,00. Harga jual produk disesuaikan dengan harga pokok produksi ditambah dengan margin atau keuntungan. Sehingga didapatkan Total *cash in flow* pada bulan Oktober 2017 dengan rencana penjualan 338.933 yaitu Rp 570.373.499,00. Pada bulan November 2017 rencana penjualan yaitu 360.117 sehingga pemasukkan didapat sebesar Rp 606.021.842,00. Sedangkan pada periode ke 3 dan seterusnya meningkat karena nilai keoptimisan terus meningkat sampai rencana penjualan mencapai 423.666 maka didapat pemasukkan sebesar Rp 712.966.873. Sehingga total pemasukan selama 12 periode adalah Rp 8.199.119.049,00

e. *Cash out flow*

Dapat diketahui pada tabel *cash flow* terdiri dari investasi awal sebesar Rp 19.930.000,00, biaya variabel nasi lauk sebesar Rp 1077,00 per unit, dan biaya variable nasi non lauk sebesar Rp 899,00 dan biaya overhead pabrik sebesar Rp 400.000,00 yang dikeluarkan tiap bulan untuk biaya air dan listrik. Serta adanya biaya tetap sebesar Rp 11.125.000,00 per bulan.

f. *Net Present Value*

Dengan menggunakan MARR 9.32% untuk mengetahui keuntungan yang didapat dari penjualan nasi bungkus bernilai positif yaitu Rp 2.069.876.524,00 yang berarti nilai uang sampai bulan September 2018 jika dijumlahkan pendapatannya pada bulan ini maka hasil yang didapat sebesar Rp 2.069.876.524,00. Sehingga dengan demikian usaha ini dapat dikatakan layak karena sesuai dengan kriteria NPV adalah lebih besar dari nol.

g. *Annual Worth dan Future Worth*

Nilai *Annual Worth* (AW) berdasarkan perhitungan yaitu sebesar Rp 303.781.940,00 yang artinya tiap periode atau bulan kas memiliki pemasukan sebesar Rp 303.781.940,00. Dan nilai *Future Worth* (FW) yang didapatkan adalah sebesar Rp 6.496.159.221,00 yang artinya nilai uang yang akan didapat pada bulan atau periode terakhir adalah Rp 6.496.159.221,00. Sehingga dengan demikian usaha ini dapat dikatakan layak karena sesuai dengan kriteria AW dan FW yang lebih besar dari nol.

h. *Internal Rate of Return*

Internal Rate of Return (IRR) yang didapat berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan didapat IRR sebesar 1112% yang berarti bahwa usaha ini memberikan laju keuntungan sebesar 1112% untuk setiap periodenya. Nilai IRR tersebut lebih besar bila dibandingkan dengan MARR yang ditetapkan yaitu sebesar 9.32%. Karena kriteria layaknya suatu usaha adalah IRR lebih besar dari MARR maka usaha ini dapat dikatakan layak.

i. *Payback Period*

Nilai *Payback period* (PP) untuk usaha ini mendapatkan waktu pengembalian investasinya yaitu selama 3 hari. Nilai ini menunjukkan bahwa masa pengembalian investasi dengan jumlah penjualan selama 3 hari tersebut sangat singkat.

j. *Analisis Sentifitas*

Setelah dilakukan perhitungan sentifitas, maka kombinasi antara kesalahan dalam memprediksi volume penjualan dan harga sebesar 25.05% yang berarti apabila terjadi perubahan terhadap volume dan harga yang melebihi 25.05% maka usaha tersebut tidak layak. Begitu pula tingkat sentifitas terhadap volume dan terhadap harga yang memiliki nilai sebesar 43.82% yang berarti apabila terjadi perubahan terhadap volume dan terhadap harga yang melebihi 43.82% maka usaha tersebut tidak layak. Dengan tingkat sensititas sebesar 25.05% terhadap kombinasi volume dan harga merupakan komponen yang paling sensitivitas, sedangkan terhadap volume, dan terhadap harga menunjukkan bahwa toleransi kesalahan prediksi sebesar 43.82% yang artinya apabila usaha ini melakukan kesalahan melebihi 43.82%, maka usaha ini dikatakan tidak layak.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengumpulan dan pengolahan data, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Keinginan konsumen mengenai rancangan nasi bungkus adalah dengan harga yang relative murah, menu makanan yang beragam, porsi nasi bungkus yang sesuai dengan harga, rasa yang tergolong enak, dan kemasan yang tidak mudah rusak. Sehingga diperoleh rancangan nasi bungkus adalah nasi sambal teri, nasi oseng tempe, nasi ayam goreng, nasi ikan pindang, dan oseng sayur. Dengan harga nasi bungkus Rp 2000,00 yang telah disesuaikan dengan volume nasi bungkus.
2. Pada aspek pasar peramalan jumlah penjualan di masa yang akan datang yaitu selama 12 bulan ke depan yaitu Oktober 2017 sampai dengan September 2018 dengan menggunakan metode *Konstan* menunjukkan jumlah peramalan perbulan yaitu 423.667. Dengan rencana penjualan yang disesuaikan dengan tingkat keoptimisan. Selain itu, berdasarkan aspek finansial yang dilakukan mendapatkan hasil sebagai berikut:
 - a. Dari perhitungan *cash flow* setiap bulan usaha ini akan mengalami keuntungan yang meningkat.
 - b. Dari hasil perhitungan parameter kelayakan menunjukkan hasil *Net Present Value* diatas 0 sehingga dikatakan layak
 - c. Dari hasil perhitungan parameter kelayakan menunjukkan hasil *Internal Rate of Return* diatas MARR sehingga dikatakan layak
 - d. Dari hasil perhitungan *Payback Period* dan MARR yang ditentukan adalah 9.32% dapat diketahui bahwa periode pengembalian dari usaha ini yaitu 3 hari.

Dengan demikian dari aspek finansial usaha ini layak untuk dijalankan.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil yang didapat setelah melakukan penelitian ini, peneliti dapat memberikan saran kepada pihak yang terlibat dalam usaha ini, yaitu:

1. Menambah ragam menu makanan sehingga lebih bervariasi supaya lebih meningkatkan jumlah penjualan sehingga menambah keuntungan
2. Mengembangkan promosi produk melalui media massa baik media sosial
3. Merancang desain kemasan yang lebih menarik untuk menambah nilai jual dan menambah daya tarik konsumen
4. Untuk penelitian selanjutnya alangkah baiknya diteliti studi kelayakan bisnis dari aspek manajemen dan sumber daya manusia serta aspek teknik dan operasi.



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, M., Desrianty, A. & Yuniar, 2013. Rancangan Meja Dapur Multifungsi Menggunakan Quality Function Deployment (QFD). *Institut Teknologi Nasional Bandung*, p. 160.
- Anonim. 2016. Badan Pusat Statistik. Diakses tanggal 8 Maret 2017 dari <https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/917>
- Ardana, K., Pramudya, M. & Tambunan, A., 2008. Pengembangan Tanaman Jarak Pagar (*Jatropha Curcas* L) Mendukung Kawasan Mandiri Energi di Nusa Penida, Bali. *Jurnal Littrl* 14, Volume 4, pp. 155-161.
- Arikunto, S., 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astrid, S., 1984. *Sosiologi Pembangunan*. Jakarta: Bina Cipta.
- Cardoso, J. d. F., Filho, N. C. & Miguel, P. A. C., 2015. Application of Quality Function Deployment for the development of an organic product. *Food Quality and Preference* 40, pp. 180-190.
- Cohen, L., 1995. *Quality Function Deployment, How to make QFD Work for You*. New York: Wesley Publishing Company.
- Diatin, I., Sobari, M. & Irianni, R., 2007. Analisis Kelayakan Finansial Budidaya Ikan Nila Wanayasa pada Kelompok Pembudidaya Mekarsari. *Jurnal Akuakultur Indonesia*, Volume1, pp. 97-102.
- Dr. Kasmir, S.E.,M.M;Jakfar, S.E., M.M., 2012. *Studi Kelayakan Bisnis*. 9 ed. Jakarta: Kencana.
- Ebert, R. J. & Griffin, R. W., 2006. *Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Erlina, 2006. Analisis Perancangan Agroindustri Berbasis Karet. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Volume 3, pp. 73-92.

- Gaspersz, D. V., 2001. *Metode Analisis Untuk Peningkatan Kualitas*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Halim, V. & Ekawati, Y., 2014. Perencanaan Produk Olahan Wortel Menggunakan Metode Quality Function Deployment. Volume 1, pp. 57-69.
- Horngren, C.T & Foster, George. 1987. *Akuntansi Biaya*. 1 ed. Jakarta: Erlangga.
- Ir. Syofian Siregar, M., 2015. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Johan, S., 2011. *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*. 1 ed. Yogyakarta: Graha Ilmu Yogyakarta.
- Kanyan, A., Ngana, L. & Voon, B. H., 2015. Improving the Service Operations of Fast-food Restaurants. pp. 190-199.
- Kasmir & Jakfar, 2012. *Studi Kelayakan Bisnis*. 9 ed. Jakarta: Kencana.
- Kusuma, Hidayat & Indrianti, 2012. Analisis Kelayakan Finansial Pengembangan Usaha Kecil Menengah Nata De Coco di Sumedang. *Jurnal Teknotan* 6, pp. 670-676.
- Kusuma, P. T. W. W. & Mayasti, N. K. I., 2014. Analisa Kelayakan Finansial Pengembangan Usaha Produksi Komoditas Lokal: Mie Berbasis Jagung. *Agritech*, Volume 34.
- Mulyatiningsih, E., 2011. *Riset Terapan Bidang Pendidikan dan Teknik*. Yogyakarta: UNY Press.
- Nurhayati, N., Hubeis, M. & Raharja, S., 2012. Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil Tahu di Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. Volume 7, pp. 111-121.
- Pujawan, 2004. *Ekonomi Teknik*. Surabaya: Guna Widya.
- Puspita, A. D., Dania, W. A. P. & Putri, S. A., 2014. Analisis Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji dengan Metode Servqual dan QFD.

- Rahman, A. & Supomo, H., 2012. Analisa Kepuasan Pelanggan pada Pekerjaan Reparasi Kapal dengan Metode Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Teknik ITS*, Volume 1.
- Rudi & Ambarriani, A. S., 2014. Analisis Kelayakan Bisnis Es Bang Joe di Purwokerto.
- Siregar, S., 2012. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sudong, Y. & Tiong, R., 2002. NPV- At Risk Method in Infrastructure Project Investment Evaluation. *Journal of Construction Engineering and Management*, Volume 3, pp. 227-233.
- Sudremi, Y., 2007. *Pengetahuan Sosial Ekonomi kelas X*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suparmoko, 1993. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. Yogyakarta: BPFE BMG.
- Susila, G. P. A. J., Yulianthini, N. N., & Henny, N. L., 2014. Implementasi Quality Function Deployment (QFD) Untuk Meningkatkan Layanan Publik di RSUD Kabupaten Buleleng Bali. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, Volume 3, pp. 396-409.
- Widodo, I. D., 2003. *Perencanaan dan Pengembangan Produk*. Yogyakarta: UII Press.

LAMPIRAN

KUESIONER 1

Assalamualaikum wr.wb.

Perkenankanlah saya, Nabitta Suri, Mahasiswi Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia dengan NIM 13522129, pada saat ini sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Tugas Akhir atau Skripsi dengan judul “Studi Kelayakan Industri Nasi Bungkus untuk Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) dengan Menggunakan Metode Quality Function Development (QFD)”.

Saya mengerti bahwa catatan atau data mengenai penelitian akan dirahasiakan. Semua berkas yang mencantumkan identitas subjek penelitian hanya dipergunakan untuk pengolahan data. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan bantuan anda selaku Responden Penelitian, untuk mengisi daftar pertanyaan kuesioner ini sesuai dengan petunjuk pengisian yang disediakan. Bantuan dan jawaban yang anda berikan akan sangat membantu proses penyusunan Tugas Akhir/Skripsi saya.

Demikian atas ketersediaan dan kerjasama yang baik saya ucapkan Terima kasih.
Wassalamualaikum wr.wb.

Peneliti,

Nabitta Suri (13522129)

KUESIONER 1

KEBUTUHAN KONSUMEN

I. Identitas Responden

Beri tanda (√) pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan jawaban anda.

1. Pernahkah Anda membeli nasi bungkus :

☐ Ya

☐ Tidak

2. Jenis Kelamin:

☐ Pria

☐ Wanita

3. Usia Anda saat ini adalah:

☐ < 17 Tahun

☐ 40-49 Tahun

☐ 18-28 Tahun

☐ > 50 Tahun

☐ 29-39 Tahun

4. Menu seperti apa yang Anda pilih saat membeli nasi bungkus :

☐ Nasi + Lauk

☐ Nasi + Lauk + Sayur + Sambal

☐ Nasi + Lauk + Sambal ☐ Lain-lain

☐ Nasi + Lauk + Sayur (Sebutkan).....

5. Berapa harga nasi bungkus yang Anda inginkan :

☐ Rp 2.500,00 – Rp 5.000,00

☐ Rp 10.001,00 – Rp 12.500,00

☐ Rp 5.001,00 – Rp 7.500,00

☐ Lain-lain

☐ Rp 7.501,00 – Rp 10.000,00

(Sebutkan).....

II. Kuesioner Terbuka

Jawablah pertanyaan dengan mengisi titik-titik dibawah ini.

1. Menu Nasi Bungkus seperti apa yang Anda inginkan?

.....

.....

.....

.....

2. Porsi seperti apa yang Anda inginkan dalam nasi bungkus?

.....

.....

.....

.....

.....

3. Selera seperti apa yang Anda inginkan dalam nasi bungkus? (manis, asin, pedas, dan lain-lain)

.....

.....

.....

.....

4. Berapa harga yang Anda inginkan untuk membeli satu nasi bungkus?

.....

.....

.....

KUESIONER 2**PERINGKAT KEPENTINGAN**

Identitas Responden

Jenis Kelamin :

Usia :

Beri tanda (✓) pada setiap pertanyaan sesuai dengan tingkat kepentingan menurut anda

Keterangan Bobot :

1 : Tidak Penting

7 : Lebih Penting

3 : Kurang Penting

9 : Sangat Penting

5 : Penting



Kriteria	Bobot				
	1	3	5	7	9
Menu					
Porsi					
Rasa					
Harga					
Kemasan					

KUESIONER 3

Kelamin : L / P

Umur :

Berilah tanda (✓) pada pilihan yang paling sesuai menurut Anda.

No	Kebutuhan Konsumen	Nasi Bungkus					Nasi Bungkus Biasa				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Menu										
2	Porsi										
3	Rasa										
4	Harga										
5	Kemasan										

Keterangan :

1 :Sangat Tidak Baik

2 : Tidak Baik

3 : Biasa

4 : Baik

5 : Sangat Baik

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

REKAPITULASI KUESIONER 2

1. Tukang Becak

Laki-laki (26-45 tahun) = 6

Laki- laki (46-55 tahun) = 26

Menu	Porsi	Rasa	Harga	Kemasan
9	9	9	7	7
9	9	5	7	3
9	7	7	9	3
7	9	9	9	5
7	5	9	9	5
9	9	5	7	1
7	3	7	5	1
5	9	5	3	1
9	3	5	7	3
3	5	7	9	3
5	7	5	7	3
5	9	5	3	5
7	9	9	3	1
3	7	9	5	1
3	9	9	3	1
9	7	9	7	7
5	3	7	9	3
3	5	5	9	3
3	3	3	5	1
3	3	3	7	1
7	7	9	9	1
5	5	5	3	1
5	5	5	3	1
5	7	5	5	3
5	5	5	7	1
3	3	5	3	3
5	3	7	9	3
3	5	5	9	3
3	3	3	5	1
3	3	3	7	1
7	7	9	7	7
9	9	5	7	3

2. Pedagang Asongan

Laki-laki (26-45 tahun) = 5

Laki- laki (46-55 tahun) = 26

Menu	Porsi	Rasa	Harga	Kemasan
7	9	5	3	1
7	7	5	5	5
3	3	5	7	3
7	5	5	7	1
7	3	7	9	1
3	7	5	7	1
7	5	5	5	1
3	5	9	5	1
5	7	9	7	3
9	5	5	7	3
9	7	7	9	3
7	9	9	9	5
7	5	9	9	5
3	9	9	5	3
7	3	9	9	3
3	5	7	7	3
9	7	9	7	7
9	9	5	7	3
9	7	7	9	3
7	9	9	9	5
7	5	9	9	5
7	9	9	9	5
5	7	7	5	1
3	3	9	7	3
3	5	9	9	3
5	5	9	9	1
7	5	7	9	3
1	9	3	3	1
5	9	9	9	3
9	7	9	7	7
9	9	5	7	3

3. Buruh Bangunan

Laki-laki (12-25 tahun) = 3

Laki-laki (26-45 tahun) = 23

Laki-laki (46-55 tahun) = 5

Menu	Porsi	Rasa	Harga	Kemasan
9	7	7	9	3
7	9	9	9	5
7	5	9	9	5
5	3	7	9	3
3	1	7	9	3
9	3	9	9	9
7	3	9	7	7
9	5	7	9	9
9	5	5	9	5
5	7	3	5	3
5	3	7	9	3
3	5	5	9	3
3	3	3	5	1
3	3	3	7	1
5	7	5	9	1
3	9	5	5	9
9	7	9	7	7
9	9	5	7	3
9	7	7	9	3
7	9	9	9	5
7	5	9	9	5
5	9	7	3	3
3	3	5	7	1
3	7	5	5	5
5	9	3	5	3
5	7	5	3	3
5	9	5	3	1
3	3	5	7	3
7	5	5	7	1
7	7	9	9	1
5	5	3	3	1

4. Kuli Panggul

Laki-laki (12-25 tahun) = 2

Perempuan (26-45 tahun) = 11

Laki-laki (26-45 tahun) = 6

Perempuan (46-55 tahun) = 10

Laki- laki (46-55 tahun) = 2

Menu	Porsi	Rasa	Harga	Kemasan
5	9	5	7	3
7	7	9	7	3
5	7	7	5	1
5	5	3	5	3
9	9	5	7	3
9	7	7	9	3
7	9	9	9	5
7	5	9	9	5
9	9	7	7	1
5	5	5	7	1
7	9	7	7	5
5	7	5	9	3
5	9	3	3	7
3	5	5	7	1
7	7	9	5	9
9	3	7	7	7
5	9	5	7	1
7	7	3	5	7
9	7	9	7	7
9	9	5	7	3
9	7	7	9	3
7	9	9	9	5
7	5	9	9	5
9	7	7	9	3
7	9	9	9	5
7	5	9	9	5
9	9	3	7	1
9	7	7	9	3
7	9	9	9	5
7	5	9	9	5
9	9	5	7	1

REKAPITULASI KUESIONER 3

1. Tukang Becak

Laki-laki (26-45 tahun) = 5

Laki- laki (46-55 tahun) = 27

Menu		Porsi		Rasa		Harga		Kemasan	
A	Pesaing	A	Pesaing	A	Pesaing	A	Pesaing	A	Pesaing
4	4	4	3	3	3	1	3	5	3
2	3	5	4	4	3	3	2	2	5
3	3	3	2	3	3	4	5	2	4
3	4	3	4	3	4	3	2	4	4
3	5	2	4	3	3	2	4	2	4
4	3	4	3	3	3	4	2	4	5
2	4	4	4	2	2	2	3	3	3
5	5	1	2	5	3	5	4	3	5
3	4	3	3	3	3	2	5	5	5
4	4	2	5	3	3	5	2	2	4
3	3	3	2	3	3	3	2	3	3
4	2	5	3	3	5	4	4	4	5
5	2	1	4	3	4	2	3	3	5
3	4	3	4	3	5	3	2	5	4
1	5	5	2	1	4	3	4	3	3
2	4	4	2	2	3	2	2	3	4
3	4	4	3	2	3	3	2	2	5
2	4	5	2	4	5	4	2	4	5
5	4	5	5	3	5	4	3	2	2
5	4	3	4	2	5	3	4	3	5
3	3	3	2	4	3	3	5	3	5
4	5	2	2	5	5	3	3	4	3
2	4	5	3	4	3	2	3	4	4
3	3	2	2	2	3	2	2	4	4
2	4	3	2	3	5	4	4	3	3
5	4	2	3	4	4	3	4	5	5
3	4	5	5	3	3	2	5	3	2
4	4	3	3	3	5	2	3	2	2
3	3	2	3	3	3	4	4	5	3
3	4	5	5	5	4	2	3	3	5
4	4	2	3	3	3	5	2	5	3
3	4	3	5	4	3	3	5	4	3

2. Pedagang Asongan

Laki-laki (26-45 tahun) = 2

Laki- laki (46-55 tahun) = 29

Menu		Porsi		Rasa		Harga		Kemasan	
A	Pesaing	A	Pesaing	A	Pesaing	A	Pesaing	A	Pesaing
4	5	4	2	3	5	5	4	3	2
2	4	3	5	3	3	4	4	4	3
2	2	5	5	2	3	4	4	2	2
2	4	1	5	3	3	5	2	3	3
3	4	3	3	3	3	2	5	3	2
4	5	4	4	4	3	3	5	4	2
3	5	5	4	5	4	2	5	3	3
5	4	1	3	3	5	5	3	4	4
2	4	3	3	5	3	2	5	3	3
5	5	2	2	3	2	5	4	3	4
2	3	2	4	3	3	2	2	2	3
3	4	3	3	3	5	4	5	3	3
2	3	3	4	4	3	2	4	3	2
5	5	4	3	5	4	5	2	3	2
5	4	3	4	5	3	5	5	5	5
4	3	4	4	5	3	3	5	2	3
4	4	3	2	4	3	2	4	4	2
3	2	2	3	3	4	3	2	2	5
3	4	4	4	3	5	3	3	5	4
2	5	2	2	3	3	4	5	3	2
3	4	3	3	3	3	4	3	3	5
4	3	4	5	3	5	4	4	2	5
4	5	3	5	2	4	3	5	5	2
4	4	3	4	4	3	5	3	3	4
4	3	5	5	2	4	3	3	2	4
5	4	3	4	2	4	4	2	3	3
2	4	3	5	3	4	3	2	2	3
3	4	4	4	3	4	4	5	2	3
3	3	4	5	5	3	5	4	3	3
5	5	3	2	5	3	5	5	4	4
5	5	5	4	4	5	2	4	4	4

3. Buruh Bangunan

Laki-laki (12-25 tahun) = 5

Laki-laki (26-45 tahun) = 16

Laki-laki (46-55 tahun) = 10

Menu		Porsi		Rasa		Harga		Kemasan	
A	Pesaing	A	Pesaing	A	Pesaing	A	Pesaing	A	Pesaing
5	2	3	2	3	3	4	5	5	3
2	4	3	3	4	3	3	3	2	2
5	5	3	3	4	4	5	5	5	2
4	5	3	2	3	5	5	4	2	5
4	2	4	4	2	5	5	3	3	5
2	4	2	2	4	5	5	3	4	3
3	4	4	4	3	3	4	3	5	4
5	5	3	4	2	4	5	4	5	5
4	4	3	4	4	3	2	5	2	4
5	4	5	2	2	5	3	5	2	2
3	5	4	3	5	3	4	4	3	3
3	3	3	5	4	3	4	5	3	5
3	4	3	2	4	2	3	5	3	4
3	5	5	2	3	2	4	4	4	5
4	5	2	3	2	3	3	5	2	5
4	5	2	5	4	3	4	4	3	3
3	4	2	2	3	3	4	2	3	4
3	4	2	3	4	3	3	3	4	4
3	4	5	5	3	3	3	5	3	5
4	5	5	4	4	3	5	2	4	5
4	3	5	2	2	4	4	5	4	4
5	5	3	4	4	5	5	2	5	2
3	3	4	3	2	3	4	2	2	3
3	5	3	2	4	3	5	2	3	5
5	4	3	3	3	3	3	5	4	2
4	3	5	5	5	5	2	2	3	3
4	4	3	5	2	3	4	2	4	3
4	5	2	4	3	4	4	3	3	3
3	4	4	3	3	5	3	2	2	3
3	4	4	5	2	3	3	4	2	4
3	4	2	2	2	5	3	5	5	4

4. Kuli Panggul

Laki-laki (12-25 tahun) = 1 Perempuan (12-25 tahun) = 1

Laki-laki (26-45 tahun) = 4 Perempuan (26-45 tahun) = 17

Laki-laki (46-55 tahun) = 1 Perempuan (46-55 tahun) = 7

Menu		Porsi		Rasa		Harga		Kemasan	
A	Pesaing	A	Pesaing	A	Pesaing	A	Pesaing	A	Pesaing
4	3	3	3	4	5	5	5	2	2
5	5	2	5	5	3	4	5	4	2
1	5	5	4	3	3	4	4	4	4
3	5	3	4	3	3	4	3	5	4
4	2	3	4	3	3	5	5	3	5
4	3	2	3	4	2	3	5	3	2
2	5	4	5	3	4	4	4	5	3
4	3	3	5	4	3	4	3	2	2
3	4	3	5	3	3	2	5	2	3
5	4	3	4	4	3	4	5	3	2
5	2	4	4	2	2	4	4	4	5
5	3	3	3	5	5	2	2	3	2
5	5	4	4	4	2	5	3	2	5
5	5	4	3	3	3	2	5	2	4
4	5	4	3	4	2	2	4	4	3
3	4	2	2	3	3	5	2	3	3
4	3	5	3	2	5	3	5	4	3
5	5	2	3	3	4	2	5	5	4
5	4	3	3	2	5	4	4	3	4
3	4	5	4	4	2	4	4	3	2
3	3	3	4	3	2	3	2	3	5
5	3	1	5	3	5	2	2	5	5
3	3	3	3	2	4	3	4	2	5
2	2	4	2	5	4	5	3	3	5
4	5	3	4	5	2	4	2	5	4
3	5	1	4	5	5	5	5	3	2
3	5	5	5	4	2	3	5	3	3
3	3	2	5	2	4	4	5	2	3
2	4	3	5	5	3	2	4	2	4
4	3	3	4	2	4	5	5	4	4
1	3	2	3	5	3	4	2	2	3