

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era ini banyak ragam peralatan yang merupakan pengembangan teknologi yang dibuat oleh manusia dengan cukup ekonomis dan praktis untuk mempermudah, mempersingkat, memperbanyak pekerjaan manusia. Banyak penelitian yang telah dilakukan mencakup banyak bidang, seperti teknologi IT, pengetahuan, elektronika, pertanian dan lain-lain.

Dalam keseharian banyak sekali hal-hal yang terbantu dengan semakin majunya pengetahuan dan kreativitas yang ada, salah satunya adalah proses memasak yang pasti dilakukan dalam setiap keluarga, yang secara umum dilakukan oleh ibu rumah tangga. Peralatan yang hampir selalu dibutuhkan untuk memasak adalah api. seiring dengan perkembangan zaman, penggunaan api yang awal mulanya menggunakan tungku dan kayu bakar beralih pada ditemukannya kompor minyak tanah yang diperkenalkan oleh Alexis Soyer pada abad ke 19. Lalu pada tahun 1851 di acara world fair dikenalkan kompor gas pertama kali yang sampai sekarang bentuk, cara menggunakan, dan teknologi yang dikembangkan sudah sangat mengagumkan dan menjadi komoditas yang cukup diminati pasar.

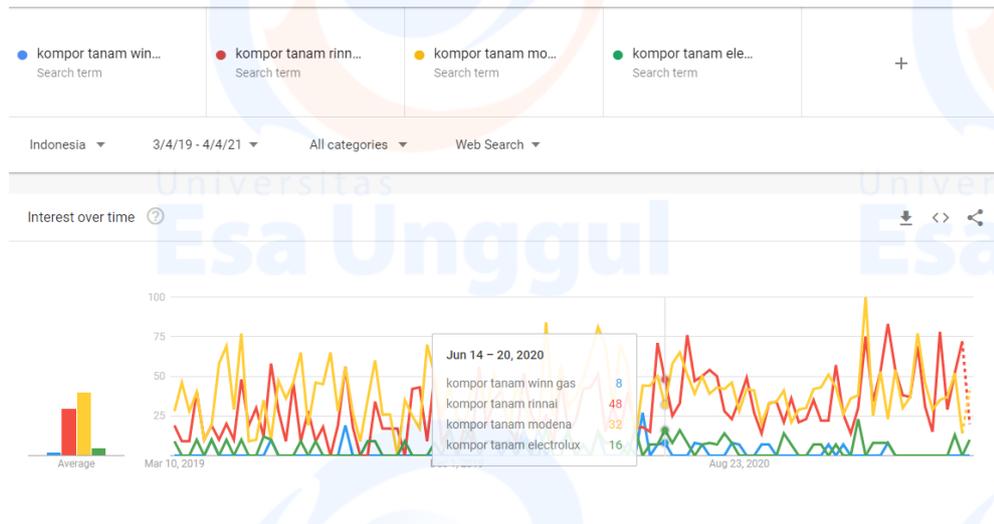
Dalam perkembangannya, kompor gas memiliki berbagai teknologi dan desain yang berbeda sesuai dengan kebutuhan pasar. Masing masing memiliki keunggulan berbeda dan harga yang beragam pula. Produsen mulai menawarkan kelebihan produk untuk merebut perhatian konsumen. Misalnya penggunaan teknologi pemantik elektrik yang diklaim akan sangat mudah digunakan sehingga dapat menghemat gas, ada pula yang permukaan bodinya menggunakan ceflon sehingga diklaim akan mudah dibersihkan, atau penggunaan teknologi smart burn yang dikatakan dapat menghemat gas dan menjadikan api lebih cepat panas dibandingkan kompor lain (Purwanto et al., 2005). Namun kesemuanya itu bukanlah tanpa kekurangan, tentu masih menyisakan hal-hal yang masih belum memuaskan.

Di tengah gencarnya persaingan dalam penjualan kompor gas, maka peluang usaha yang ada menjadi lebih terbatas, oleh karena itu diperlukan strategi pemasaran agar dapat mencapai keunggulan bersaing maka diperlukan informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli sebuah produk.

Berdasarkan data *supply* dan *demand* pada kompor gas tahun 2020 diketahui bahwa produk Win Gas mempunyai 8% pangsa pasar, Rinnai 42%, Moderna 28%, Electrolux 14% dan 9% adalah produk kompor gas lainnya (Kementerian Perindustrian, 2019). Dengan asumsi yang dipakai berdasarkan data penjualan kompor gas di PT.UJB (merk Progas), Dalam satu bulan Merk Progas dapat menjual 6.500 unit kompor gas kaca tanam, dengan asumsi Merk Progas adalah 10% dari Merk Rinnai, maka Rinnai dapat menjual 65.000 unit dalam

sebulan, dan Best Gas akan memproduksi 2.000 unit per bulan (sekitar 3% dari Merk Rinnai) pada tahun pertama, sehingga PT.BJI optimis bisa memproduksi dan menjual 2.000 unit per bulan pada tahun pertama.

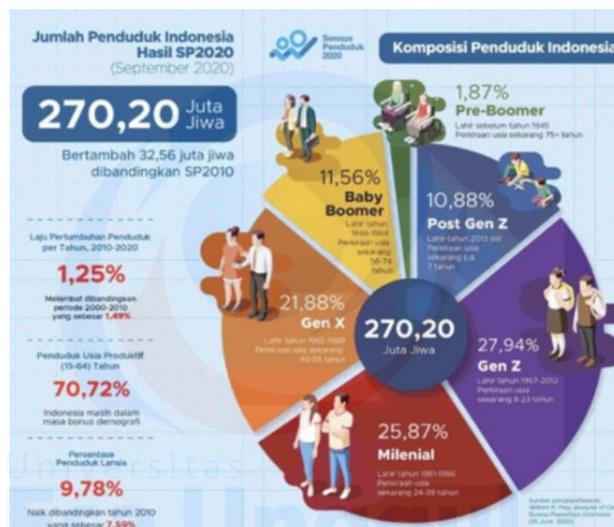
Salah satu data yang tersedia untuk mengetahui trend industri kompor di Indonesia adalah melalui *google trends* seperti terlihat dalam gambar berikut :



Gambar 1. 1 Trend Industri kompor tanam di Indonesia (Sumber : *google trends*)

Dari data diatas tersebut dapat diketahui dua merek yang mendominasi pasar yaitu kompor tanam merk rinnai dan modena, dan masih ada beberapa produsen lain yang ada di pasaran yang menjual produk yang berbeda secara desain dan segmentasi pasar, antara lain Win gass, Electrolux dan lainnya.

Kebutuhan peralatan rumah tangga termasuk kompor gas akan meningkat seiring dengan peningkatan jumlah penduduk Indonesia (Setiyawan, 2018). Sampai saat ini Indonesia masih mengalami bonus demografi dimana pertumbuhan jumlah penduduk usia produktif masih sangat tinggi (70.2 %) (Kurniawati & Sugiyanto, 2021).



Gambar 1. 2 Komposisi Penduduk Indonesia 2020 (sumber : BPS)

Dari data komposisi penduduk Indonesia tahun 2020 Generasi Milenial dan Generasi Z adalah yang tertinggi dengan penjumlahan sebesar 53.81 % atau sebesar 145.39 juta penduduk. Generasi Milenial dan Generasi Z usia produktif dimana rata-rata pada umur tersebut adalah generasi yang baru saja kuliah, menikah dan memiliki hunian, yang merupakan pasar potensial dalam industri peralatan rumah tangga khususnya kompor karena generasi tersebut adalah generasi yang sangat kritis dan juga mengedepankan tampilan model selain kepraktisan. Generasi X dengan jumlah penduduk 21.88 % adalah kelompok usia mapan yang juga merupakan potensial pasar yang kritis berdasarkan pengalaman dan memerlukan penggantian alat memasak yang praktis dengan model elegan

Berdasarkan penjelasan diatas perlu adanya produk inovasi dalam perlengkapan rumah tangga khususnya kompor yang praktis dan elegan. Produk Best Gas hadir untuk memenuhi kebutuhan khususnya Generasi Milenial, Generasi Z dan Generasi X. Persaingan yang mungkin akan dihadapi di masa yang akan datang oleh Best Gas, antara lain adalah adanya barang import sejenis yang harganya semakin menurun, perakitan yang mudah ditiru, dan harga listrik yang semakin murah sehingga masyarakat beralih ke kompor listrik.

1.2 Identifikasi Masalah

1.2.1 Job To Be Done

Di era modern ini sudah menjadi trend rumah dengan dapur yang terletak di ruang tengah sehingga menuntut dapur dan perlengkapannya untuk tetap bersih. Konsumen sangat mengharapkan kegiatan memasak merupakan suatu pengalaman (cooking experience) yang menyenangkan dengan kondisi dapur yang terlihat rapih dan bersih.

1.2.2 Customer Pains

Dengan produk kompor yang ada dipasaran saat ini konsumen masih mengeluhkan kesulitan dalam membersihkan kompor dimana sisa-sisa masakan masih tersisa di sela-sela body kompor gas, hal ini menyebabkan dapur menjadi terlihat kotor dan kumuh, data keluhan tersebut diambil dari data wawancara dan kuesioner yang dilakukan secara online.

1.2.3 Customer Gains

Dari hasil wawancara dan kusioner juga didapatkan informasi bahwa konsumen pemakai kompor gas sangat menginginkan suatu produk kompor yang praktis dan mudah dibersihkan, tampilan bagus dan mewah, harga terjangkau serta awet atau tahan lama.

Secara keseluruhan identifikasi permasalahan dapat dilihat dalam rangkuman sebagai berikut :

No	Deskripsi	Kategori
1	Customer ingin memiliki pengalaman memasak yang menyenangkan	Job To Be Done
2	Produk kompor yang ada saat ini masih meysisakan sisa masakan di sela-sela body kompor saat dibersihkan	Customer Pains
3	Customer menginginkan produk yang praktis, mudah dibersihkan dengan kualitas baik dan harga terjangkau	Customer Gains

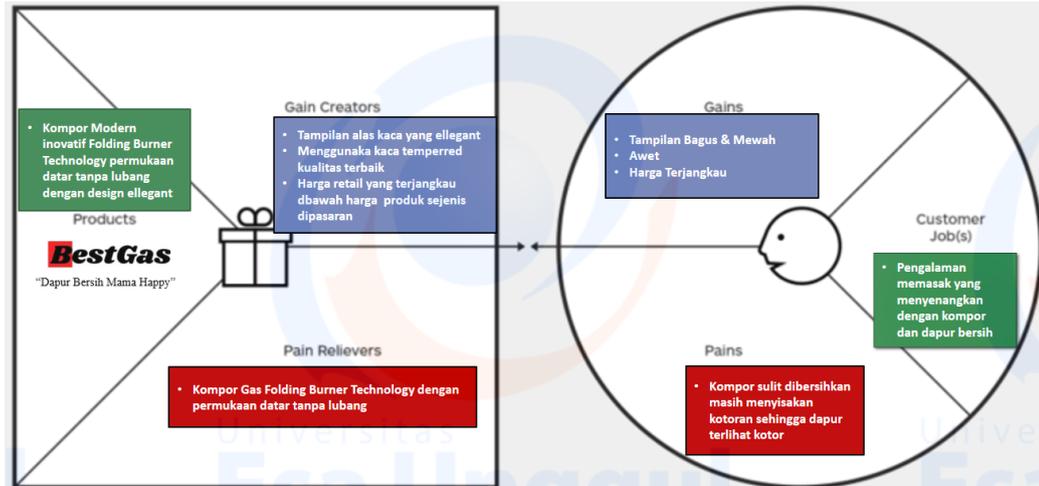
1.3 Solusi

1.3.1 Pains Reliever

Dari permasalahan atau keluhan konsumen munculah sebuah ide untuk merancang sebuah kompor yang mudah diaplikasikan, mudah digunakan dan mudah dibersihkan. PT BJI meluncurkan produk “Best Gas” dengan *folding burner technology* yaitu desain kompor yang akan membawa suasana nyaman saat memasak dan pada proses pembersihan setelah memasak, karena permukaan kompor rata tanpa lubang, tidak seperti kebanyakan kompor, yang memiliki kesulitan untuk dibersihkan pada bagian dalam lubang dan sela-sela pada kompor, sehingga membuat keadaan kompor terlihat kumuh, serta dengan memberikan modifikasi yaitu mendesain tungku dan burner menjadi satu set yang dapat diangkat atau dilipat tanpa terlepas dari bodi kompor serta dengan tampilan permukaan tanpa lubang, sehingga pada proses pembersihan setelah memasak akan menjadi mudah dan menyenangkan.

1.3.2 Gains Creator

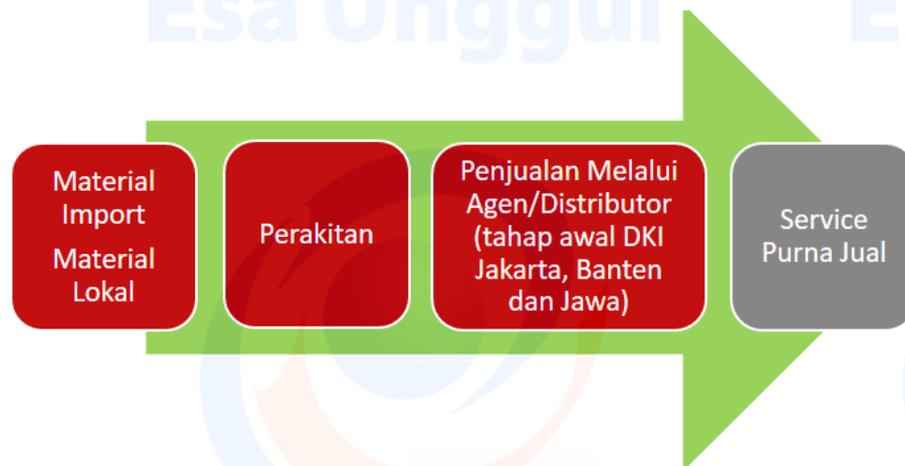
PT BJI meluncurkan produk “Best Gas” dengan *folding burner technology* mengusung desain elegance alas kaca kualitas terbaik, sehingga kompor ini yang akan mendukung lifestyle dan kenyamanan serta kerapihan dari suatu hunian. Harga produk dipasarkan dengan harga terjangkau dengan harga di pasaran retail di kisaran harga Rp. 1,3 – 1,5 juta yang masih dibawah harga pesaing.



Gambar 1. 3 Value Proposition Canvas “Best Gas”
(Sumber : tim penulis 2022)

1.3.3 Produk

Best Gas di produksi PT. BJI di Indonesia dengan bahan baku kombinasi impor dan local, alur penjualan menggunakan agen distributor yang tersebar di beberapa area khususnya DKI Jakarta, Pulas Jawa dan banten. Untuk pelayanan kepada pelanggan jaminan after sales bekerja sama dengan beberapa provider service center. Dalam hal proses perakitan yang mudah ditiru sebagai ancaman terhadap bisnis perakitan, banyak perusahaan saat ini yang bisa cepat meniru teknologi yang digunakan, oleh sebab itu PT.BJI akan segera mematenkan design folding burner teknologi ini, mengajukan pendaftaran merk ke HAKI Kemenkumham Republik Indonesia agar produk Best Gas memiliki hak paten design.



Gambar 1. 4 Alur Proses Bisnis
(Sumber : tim penulis 2022)

Best Gas merupakan kompor tanam berbasis sumber energy panas dari gas dan alat penyimpanan gas menggunakan tabung gas , baik yang 12 kg , 5 kg atau 3 kg yang

ada di pasaran saat ini atau menggunakan gas alam dengan sedikit memodifikasi lubang yang ada pada pemantik pada kompor. Kompor ini merupakan kompor gas dengan sumber gas bertekanan rendah (low Pressure), sehingga harus menggunakan regulator bertekanan rendah (low pressure) pula, selain itu untuk memudahkan pembersihan kotoran pada kompor gas ini, kami menggunakan alas kompor yang terbuat dari kaca tempered yang kami impor dari China (Tiongkok). kaca tempered ini tidak mudah pecah, karena dalam proses pembuatan kaca template melalui proses pemanasan yang tinggi, sehingga menghasilkan kaca template yang tahan panas dan sangat keras.

Best Gas memiliki keunggulan mengusung inovasi kompor tanam easy clean with folding burner technology dengan permukaan datar tanpa lubang sehingga mudah dibersihkan tanpa menyisakan kotoran, serta dengan kualitas tinggi dan harga yang terjangkau.



Gambar 1. 5 Tampilan Produk Best Gas
(Sumber : tim penulis 2022)

Dengan modal awal senilai Rp 8.5 Miliar Best Gas menargetkan harga jual ke Distributor atau Reseller pada harga Rp.1.100.000,- dengan harga di pasaran retail di harga Rp. 1.300.000 – Rp. 1.500.000, dengan harga yang lebih rendah dan menggunakan folding burner technology, “Best Gas” diharapkan akan menjadi best seller di pasaran kelas menengah di Indonesia. Dengan estimasi penjualan tahun pertama perbulan sekitar 2000 unit dan terus naik pada tahun-tahun berikutnya, pengembalian investasi bisnis ini atau yang biasa disebut *payback period* diestimasi terjadi pada tahun ke 3.95 dengan nilai harapan IRR sebesar 21% .

1.4 Visi dan Misi PT.BJI

PT. BJI bergerak dibidang industri perakitan kompor gas sesuai alur proses bisnis sesuai gambar 1.4 dengan produk inovasi unggulan kompor tanam *easy clean with folding burner technology* permukaan datar tanpa lubang dengan merk jual “Best Gas”. Berbahan baku impor dan local PT. BJI melakukan perakitan kompor di area Cikupa Tangerang dengan memberdayakan tenaga lokal setempat, distribusi penjualan melalui distributor ataupun reseller di area DKI Jakarta, Banten, dan Jawa pada tahap awal.

PT. Bestindo Jaya Indonesia (PT. BJI) merupakan produsen kompor gas di Indonesia, yang akan didirikan pada tahun 2022 dan bergerak dibidang industri perakitan kompor gas tanam berlokasi di Cikupa Tangerang. Mempunyai Visi dan Misi sebagai berikut :

Visi Perusahaan

Menjadi Produsen kompor gas terkemuka di Indonesia dengan memberi manfaat bagi semua stakeholder.

Misi Perusahaan

1. Memberikan produk yang inovatif, layanan dan harga terbaik kepada pelanggan.
2. Melaksanakan sistem manajemen unggul dengan tenaga Kerja yang profesional.
3. Menerapkan tata kelola perusahaan yang baik, mengedepankan safety dan membangun image yang baik untuk perusahaan.
4. Meningkatkan Produksi dan penjualan untuk memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi semua stakeholder.

Visi dan misi PT. BJI dituangkan dalam logo perusahaan dengan produk unggulan Best Gas yang memiliki slogan “ Dapur Bersih Semua Happy”



“Dapur Bersih Semua Happy”

Gambar 1. 6 Logo Perusahaan dan Logo Merk
(Sumber : tim penulis 2022)

Logo Best Gas berbentuk satu kata yang simple yaitu Best Gas dimana artinya produk terbaik untuk konsumen, huruf B depan berwarna merah yang artinya api dan semangat untuk bekerja dalam mewujudkan visi misi.