

Henni Natalia. NIM 150331100035. Perancangan Produk Bumbu Sate Instan Menggunakan Metode *Value Engineering*. Khoirul Hidayat, S.T.,MT. Rakhmawati, S.TP.,MT.

ABSTRAK

Sate merupakan salah satu produk lokal yang memiliki keunikan masing-masing berdasarkan bahan yang digunakan, cara pemasakan, maupun bumbu pelengkap yang digunakan. Sate Madura adalah salah satu sate khas daerah yang terkenal dengan kelezatan bumbu kacangnya. Adapun kelemahan dari bumbu sate, yaitu memiliki umur simpan pendek serta merupakan produk yang dibuat berdasarkan permintaan konsumen. Untuk mensiasati hal tersebut perlu adanya pengembangan produk berupa bumbu sate instan. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui alternatif bentuk produk bumbu sate instan yang diinginkan konsumen. Metode yang di gunakan adalah metode *Value Engineering* (VE), karena mampu menciptakan produk biaya minimal dengan performansi yang maksimal. VE memiliki lima tahapan yaitu tahap informasi, kreatif, analisis, pengembangan, dan rekomendasi. Hasil yang diperoleh dari penerapan metode VE dalam perancangan produk bumbu sate instan yaitu lima alternatif yang berbeda. Berdasarkan perhitungan performansi dan biaya dari kelima alternatif tersebut maka dipilih satu alternatif dengan nilai tertinggi yaitu rasa original berwarna kecoklatan berbentuk pasta yang dikemas menggunakan plastik PP *standing pouch* dengan ukuran 100 gram, yang akan masuk pada tahap rekomendasi untuk direkomendasikan pada para pelaku industri sate yang akan mengembangkan usahanya.

Kata kunci: Bumbu Sate Instan, Madura, *Value Engineering*

ABSTRACT

Sate is one of the local products that have their own unique that was based on the ingredients, steps of the cook, and the complement of ingredients. *Sate Madura* is one of the region food that is famous with the delicious of peanut sauce. The weakness from spice of *sate*, which has a short expire and its a product made was based on demand of consumer. To anticipate of this product, its necessary to develop in the form of instant spice of *sate* product. The purpose of this study is to find out the alternative forms of these products that was desire of consumer. This study using a method of Value Engineering (VE) because this method were able to create a minimal cost of the products with a maximal performance. The method of VE (Value Engineering) have a five stages, namely stage of information, creative, analysis, development and stage of recommendation. The results of this study using method of VE (Value Engineering) is to indicate of five different alternatives way of the instant spice of *sate* product. Based on the calculation of the performance and the cost of the five alternatives, one of the alternative way with the highest value that was chosen its the original taste with brown color and the form was like a paste, it was packed using 100 gram PP standing pouch, that will be included in the stage of recommendation, its to recommended for every agent that was wrestle in the industry of *sate* to develop their business.

Keyword: Spice of *sate* product, Madurese, Value Engineering.