

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kediri memiliki banyak tempat wisata dan kuliner yang bervariasi mulai dari kabupaten hingga kota sehingga banyak wisata lokal maupun luar daerah yang berkunjung ke Kediri untuk berwisata kuliner, melepas penat, kumpul keluarga dan juga sebagai tempat berkumpulnya anak muda. Kediri memiliki ikon kota tahu dan getuk pisang. Produk Menyimpang dari produk baru yang dibawa oleh orang Tionghoa di Kediri (produk Tahu), dan Getuk Pisang adalah produk asli Kediri yang dulunya itu dibuat oleh orang Kediri sejak lama. Kediri memiliki banyak keragaman tujuan wisata dari Kabupaten hingga kuliner kota (Prihandani. 2019). Produk Masakan Kediri yang berbasis pertanian mulai berkembang, seperti pecel tumpang, sate, ayam Goreng/panggang/ungkep, biskuit, bakso, mie ayam, dll.

Sektor industri makanan dan minuman mempunyai peranan yang besar dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Industri makanan dan minuman relatif mudah karena dalam menjalankan usahanya. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu kegiatan usaha yang bisa menopang ekonomi pedesaan (Rokhayati. 2016). Perkembangan warung di Kota Kediri juga meningkat pesat pada tahun 2019 berjumlah 55 unit dan pada tahun 2020 meningkat 184 unit. Jumlah pedagang kecil di Kota Kediri pada tahun 2020 di 3 kecamatan (Mojoroto, Kota, Pesantren) berjumlah 1091 pedagang 70% diantaranya adalah pedagang nasi pecel tumpang & sambal tumpang kediri (BPS Kota Kediri. 2021).

Sambal tumpang terbuat dari bahan tempe baru dicampur dengan tempe semanggit (*mendem*) dipadu dengan rempah yang membuat cita rasa yang luar biasa. Sambal tumpang menjadi bagian yang penting pada nasi pecel tumpang kediri, tumpang sangat menentukan cita rasa makanan tradisional ini. Nasi Pecel Tumpang merupakan salah satu makanan khas Kediri yang tersebar diseluruh wilayah Kediri. Satu hal yang membedakan makanan ini dengan pecel di daerah lain adalah dengan adanya penambahan “tumpang”. Sambal tumpang & nasi pecel tumpang masih jarang ditemukan di kota lain dan hanya terkenal di lokal karisidenan Kediri saja, berbeda dengan produk tahu kuning dan gethuk pisang yang sudah di kirim keluar kota Kediri. Harga satu porsi nasi pecel tumpang & sambal tumpang ini juga terjangkau kisaran Rp 5000-Rp 7000 rupiah tergantung

tempat kita membeli, karena di daerah kediri sendiri sangat banyak penjual yang menjual nasi pecel tumpang tersebut.

Sambal tumpang memiliki cita rasa pedas yang khas dan memiliki tekstur tempe lama atau tempe *mendem* yang banyak diminati oleh semua kalangan. Sambal tumpang biasanya disajikan diatas piring atau pincuk seporisi nasi pecel tumpang, jika ingin dibungkus maka kemasan sambal tumpang hanya menggunakan plastik Pp atau masih dibungkus secara konvensional sehingga kurang menarik dan kurang terjamin keamanannya. Sambal tumpang ini juga cepat membusuk atau memiliki umur simpan yang cenderung tidak bertahan lama, jika kurang tepat pada proses penyimpanannya. Oleh karena itu perlu dikembangkan produk yang lebih menarik dan lebih aman yang sesuai keinginan konsumen.

Pengembangan produk adalah suatu hal yang penting dilakukan oleh pelaku usaha khususnya penjual nasi pecel tumpang kediri agar produk sambal tumpang khas kediri dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Pengembangan produk berfungsi untuk memperbanyak kegunaan suatu produk dan mengurangi biaya produksi. Pengembangan produk juga memiliki tujuan untuk langkahantisipasi kebangkrutan karena gagal dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang dapat menciptakan krisis. Pengembangan sambal tumpang kediri menjadi salah satu inovasi dan alternatif untuk mengenalkan sambal tumpang kediri keluar daerah kediri, serta sebagai inovasi baru yang selama ini belum ada yang mengembangkan sambal tumpang. Dengan adanya pengembangan produk ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik pembeli dan meningkatkan nilai ekonomi masyarakat khususnya penjual nasi pecel tumpang kediri yang sedang mengalami krisis atau penurunan tingkat penjualan nasi pecel tumpang di masa pandemi Covid 19 ini. Dari permasalahan yang diatas maka diperlukan suatu metode untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Metode *Value Engineering* atau rekayasa nilai adalah salah satu cara untuk mengatasi permasalahan tersebut. Metode *value engineering* dipilih dalam penelitian ini karena dapat menghasilkan produk dengan nilai tinggi dan menggunakan biaya yang rendah. Menurut Haris (2019) perencanaan pengembangan krupuk brokoli diperoleh hasil nilai jual produk sebesar Rp. 5.680/kemasan dengan keuntungan sebesar 43,2%. Menurut Angga *et al* (2019) dalam mengembangkan suatu produk menggunakan metode *Value Engineering* memiliki 6 tahapan workshop job. Pertama adalah *information phase*. Kedua

adalah *function analysis phase*. Ketiga adalah *creative phase*. Keempat adalah *evaluation phase*. Kelima adalah *development phase*. Keenam adalah *presentation phase*. Dengan adanya kisah sukses peneliti dalam memecahkan masalah diatas dan menggunakan tahapan tahapan tersebut, maka dapat dijadikan acuan dan dapat memberikan alternatif-alternatif untuk dapat menurunkan biaya melalui pemilihan bahan yang tepat serta mengeliminasi fungsi yang tidak perlu tanpa mengurangi unsur kualitas, keamanan, reabilitas dan estetika pada sambal tumpang kediri. Kelebihan metode ini adalah memiliki tahapan yang runtut dan jelas sehingga memudahkan untuk dipelajari, pada metode ini sudah ada analisis *value* untuk mencari nilai tambah suatu produk dan presentase keuntungan yang diperoleh dalam produk yang dikembangkan hal itu sangat cocok dalam mengembangkan suatu proyek/produk. Metode ini juga dapat mengembangkan produk sambal tumpang menjadi produk yang akan lebih mudah disimpan, memiliki umur simpan lebih lama, aman dan menambah nilai estetika dengan pengembangan terhadap kemasan sambal tumpang kediri ini.

1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah yang diteliti ini adalah mengacu pada studi kasus yang dilakukan pada produk nasi pecel tumpang yang bertempat di Kota Kediri dimana produk batasan yang diteliti hanya pada sambal tumpang saja yaitu dengan menganalisis dan mereduksi biaya yang tidak dibutuhkan atau *unnecessary cost* dengan tidak mengabaikan unsur terhadap kualitas dan keamananya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari data diatas rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

- a. Apa saja atribut terpenting pengembangan produk sambal tumpang kediri dengan metode *value engineering*?
- b. Apa saja alternatif terbaik untuk pengembangan produk sambal tumpang kediri menurut keinginan konsumen?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan data diatas penelitian ini memiliki tujuan yaitu:

- a. Menentukan atribut terpenting pengembangan produk sambal tumpang dengan metode *Value Engineering*.
- b. Menganalisis alternatif terbaik untuk pengembangan produk sambal tumpang kediri menurut keinginan konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu:

- a. Memberikan informasi kepada masyarakat untuk melakukan pengembangan produk sambal tumpang kediri.
- b. Menjadi landasan atau acuan bagi pedagang/pelaku usaha warung nasi pecel tumpang kediri dalam menginovasi produk sambal tumpang kediri dalam kemasan.