

Bab II

Landasan Teori

2.1 Studi Literatur

Penelitian yang dilakukan oleh Sandra (2019), melakukan pengurangan dari *Food loss* komoditas hortikultura di Jawa Barat. Metode yang digunakan adalah *design thinking* lengkap dengan beberapa *tools* yang ada pada setiap tahap dari *design thinking*. Kemudian dari hasil pengambilan data dari wawancara dengan pihak petani maupun pedagang besar akan dilakukan analisis *food loss* yang terjadi pada berbagai tahapan yaitu: pemanenan, perontokan, kerusakan, gores dan pengangkutan atau distribusi pisang. Hasil dari penelitian ini berupa *prototype* dan instruksi kerja mengenai distribusi dari pisang tersebut. Sehingga kemudian dari hasil uji *prototype* yang didapatkan disimpulkan bahwa perlunya berbagai upaya untuk mengurangi kerugian yang terjadi, dan dapat dilakukan penelitian lanjutan yang berfungsi untuk mengurangi dan mencegah kerugian dalam hal *Food loss* komoditas hortikultura di Jawa Barat.

Pada tulisan ini akan dibuat sebuah rancangan solusi yang cocok untuk mengatasi *Food loss* komoditas hortikultura di kawasan Brakseng, Sumber Brantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu, Jawa Timur. Metode *design thinking* digunakan untuk menyelesaikan alur penelitiannya. Rancangan solusi ini nantinya akan diintegrasikan hingga pembuatan produk dengan menggunakan perangkat lunak.

2.2 Food loss

Menurut FAO dalam *The State of Food Agriculture* (2019), yang dimaksud dengan *Food loss* adalah limbah makanan atau makanan yang terbuang karena kondisi makanan yang sudah tidak layak konsumsi atau berkualitas rendah. Misalnya, produk makanan olahan yang kedaluarsa atau *expired*. *Food loss* adalah sampah makanan yang berasal dari bahan pangan seperti sayuran, buah-buahan atau makanan yang masih mentah namun sudah tidak bisa diolah menjadi makanan dan akhirnya dibuang begitu saja bahkan tidak sampai pada tahap penjualan serta menjadi permasalahan sebagian besar negara dan tidak hanya terjadi di negara berkembang atau negara miskin saja akan tetapi hal tersebut juga bisa terjadi kepada

negara maju meski jumlah kasusnya tidak sebanyak di negara berkembang. *Food loss* memiliki dampak yang dapat membahayakan keberlangsungan hidup manusia. Sementara itu di Indonesia, manajemen sampah termasuk sampah bahan makanan belum dilakukan secara terintegrasi. Hal ini sangat disayangkan mengingat kondisi persampahan di Indonesia sedang dalam kondisi yang mengkhawatirkan.

Food loss menyebabkan masyarakat kesulitan mendapatkan bahan untuk memasak, di Indonesia sendiri kasus ini sudah banyak terjadi pada beberapa daerah dimana para petani membuang sayuran dan buah-buahan yang bahkan masih bisa dipakai sebagai bahan makanan dan keadaan ini sangat disayangkan sekali. Oleh karena itu, beberapa negara sekarang ini mulai menekankan dan memastikan pemanfaatan sumberdaya alam yang berupa bahan pangan tersebut. Terdapat beberapa definisi mengenai *Food loss*, antara lain:

1. Menurut FAO (*Food and Agriculture Organization*), (2013), *food waste* memiliki arti yaitu makanan yang terbuang pada saat proses konsumsi, sedangkan *Food loss* memiliki arti yaitu makanan yang terbuang pada saat proses produksi.
2. Menurut Chandra (2020), *Food loss* adalah makanan yang terbuang atau hilang, baik itu secara kuantitas maupun karena kualitasnya yang menurun.

2.3 Hortikultura

Kata hortikultura (*horticulture*) berasal dari bahasa latin yaitu *hortus* yang berarti kebun dan *colere* yang berarti menumbuhkan sekali mikroorganisme pada suatu medium buatan. Secara harfiah hortikultura berarti ilmu yang mempelajari pembudidayaan tanaman kebun. Akan tetapi para pakar mendefinisikan hortikultura sebagai ilmu yang mempelajari budidaya tanaman sayuran, buah-buahan, bunga-bunga dan tanaman hias. Jika ditinjau dari Kamus Besar Bahasa Indonesia hortikultura memiliki beberapa pengertian, yaitu merupakan kegiatan pengusahaan dan pemeliharaan kebun bunga, sayur-sayuran, hingga buah-buahan. Jika dilihat secara umum, hortikultura memiliki arti ilmu yang mempelajari pembudidayaan tanaman pekarangan atau kebun. Sedangkan orang yang ahli mengenai hortikultura (pakar hortikultura) dikenal sebagai seorang *horticulturist*

(Zulkarnain, 2009). Sehingga di hortikultura sendiri terdapat budidaya dengan sistem tanaman yang saling berbeda satu sama lainnya.

Hortikultura merupakan salah satu sub sektor dalam sektor pertanian yang berpotensi untuk dikembangkan karena memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi. Indonesia memiliki aneka produk hortikultura, dengan ragam plasma nutfah dan varietas yang memungkinkan bagi upaya pengembangan buah, sayuran dan bunga. Hasil tanaman hortikultura mempunyai sifat khusus antara lain:

1. Mudah atau cepat busuk (*perishable*), bila disimpan tanpa perlakuan khusus, misalnya dengan suhu rendah (4°C) atau pelapisan lilin, karena dipanen dalam bentuk segar. Sejak panen sampai pasar memerlukan penanganan secara cermat dan efisien karena akan mempengaruhi kualitas dan harga pasar.
2. Memiliki nilai estetika, jadi harus memenuhi keinginan masyarakat umum. Keadaan ini sangat sulit karena tergantung pada cuaca, serangan hama dan penyakit, namun dengan biaya tambahan kesulitan itu dapat diatasi.
3. Produksi umumnya musiman, beberapa diantaranya tidak tersedia sepanjang tahun.
4. Memerlukan *volume* (ruangan *volumenes*) yang besar, menyebabkan ongkos angkut menjadi besar pula dan harga pasar yang tinggi. Harga produk ditentukan oleh kualitas, bukan kuantitas.
5. Memiliki daerah penanaman (geografi) yang sangat spesifik atau menuntut agroklimat tertentu. Tanaman hortikultura memiliki prospek pengembanaan yang baik karena memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan potensi pasar yang terbuka lebar, baik di dalam negeri maupun di luar negeri.

Tanaman Hortikultura pun mampu meningkatkan apresiasi terhadap berbagai komoditas dan produk berbagai hortikultura bukan lagi hanya sebagai bahan pangan, tetapi juga terkait dengan fungsi-fungsi lainnya. Secara sederhana fungsi utama tanaman hortikultura dapat dikelompokkan menjadi 4, yaitu:

1. Fungsi Penyedia Pangan

Sebagai penyedia vitamin, mineral, serat, dan senyawa lainnya untuk pemenuhan gizi.

2. Fungsi Ekonomi

Umumnya komoditas tanaman hortikultura memiliki nilai ekonomi, yang tinggi menjadi sumber pendapat petani, pedagang, kalangan industri, dan lain-lain.

3. Fungsi Kesehatan

Hal ini ditunjukkan oleh manfaat komoditas biofarma untuk mencegah dan mengobati berbagai macam penyakit.

4. Fungsi Sosial dan Budaya

Hal ini ditunjukkan oleh peran komoditas hortikultura sebagai salah satu unsur keindahan dan kenyamanan lingkungan.

Kemudian dari penjelasan di atas hortikultura dapat dikatakan sebagai ilmu yang mempelajari mengenai peningkatan produk tanaman di perkebunan. Dan tanaman perkebunan itu sendiri terdapat beberapa jenis yang diantaranya yaitu tanaman sayur-sayuran, bunga-bunga, tanaman hias, atau buah-buahan. Untuk pemilihan jenis tanaman sebagai produk yang akan dibudidayakan akan disesuaikan dengan keadaan ekologi di sekitar tempat pembudidayaan itu sendiri. Selain ekologi sendiri, yang sangat mempengaruhi untuk keberhasilan suatu pembudidayaan tanaman perkebunan sendiri adalah faktor keunggulan produk yang berasal dari pendapat konsumen atau masyarakat sekitar yang terlibat secara langsung dan juga para pedagang atau pengepul yang juga menilai suatu harga dari tiap produk perkebunan yang akan dihasilkan.

2.3.1 Hortikultura Brokoli

Brokoli (*Brassica oleracea var. italica*) adalah sayuran dari famili kubis-kubisan (*Brassicaceae*). Tanaman brokoli berasal dari daerah Mediterania dan dibudidayakan sejak masa Yunani Kuno. Sayuran ini masuk ke Indonesia sekitar tahun 1970 (Dalmadi, 2010). Indonesia merupakan negara yang terkenal dengan sebutan negara agraris, karena sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani. Indonesia merupakan negara tropis yang sangat cocok untuk budidaya tanaman, khususnya tanaman hortikultura. Brokoli adalah salah satu produk hortikultura yang bagus untuk dikembangkan di Indonesia. Brokoli mentah mengandung nilai gizi seperti vitamin A, B1, vitamin B1, vitamin B3, vitamin C,

vitamin E, vitamin K, folat, fosfor, magnesium, besi, potassium, dan kalsium (USDA, 2011). Menurut data USDA (2011) permintaan terhadap brokoli di Indonesia mengalami peningkatan 15-20% per tahun, namun tingginya permintaan ini tidak diimbangi dengan kualitas dan kuantitas produksi yang memadai. Produksi brokoli lokal sangat rendah baik dari segi kualitas maupun kuantitas dengan mahkota bunga (*curd*) yang dimiliki rata-rata berukuran kecil dan tidak sempurna karena kultivar yang ditumbuhkan tidak mampu beradaptasi dengan baik di daerah tropis pada suhu tinggi. Brokoli memerlukan kondisi yang relatif sejuk dengan kisaran suhu kurang dari 23° C selama proses pertumbuhan bunga. Apabila suhu rendah ini tidak terpenuhi maka fase vegetatifnya akan terus berlanjut. Untuk mengatasi masalah ini diperlukan kultivar brokoli yang mampu beradaptasi terhadap daerah tropis yang bersuhu tinggi.

2.4 *Design Thinking*

Design Thinking merupakan metode kolaborasi yang mengumpulkan banyak ide dari disiplin ilmu untuk memperoleh sebuah solusi. *Design thinking* tidak hanya berfokus pada apa yang dilihat dan dirasakan, namun juga berfokus pada pengalaman pengguna. Menurut Kelley dan Brown (2018), pendekatan *design thinking* adalah pendekatan yang berpusat pada manusia terhadap inovasi yang diambil untuk mengintegrasikan kebutuhan orang – orang sebagai pengguna, kemungkinan teknologi, serta persyaratan untuk kesuksesan bisnis.

Pendekatan *design thinking* menggabungkan tiga elemen yaitu *business (viability)*, *people (desirability)* dan *technology (feasibility)* sebagai bahan pertimbangan dalam menciptakan ide. *Design thinking* menggabungkan kemampuan teknologi yang sesuai dengan mempertimbangan keinginan pengguna sehingga mampu menjadi produk bisnis dan solusi efektif untuk menyelesaikan suatu permasalahan. Selain itu, Kelley dan Brown (2018) juga mengatakan ada beberapa aspek penting dalam *design thinking* yang sejalan dengan perkembangan zaman dan waktu.

Esensi dari proses desain semakin berevolusi, desain bukan lagi hanya sekedar membuat produk atau aplikasi yang akan laku di pasaran tetapi desain

berkaitan dengan menciptakan suatu ide yang berorientasi kepada kebutuhan dan keinginan pengguna. Berikut adalah aspek penting dalam *design thinking*:

1. *Highly Creative.*

Merupakan metode yang fleksibel untuk kreativitas yang tinggi sehingga proses perencanaan dan pembuatan tidak baku dan kaku.

2. *Hands On.*

Perlunya dilakukan percobaan yang nyata sehingga sebuah ide atau gagasan tidak hanya berupa gambar dan teori.

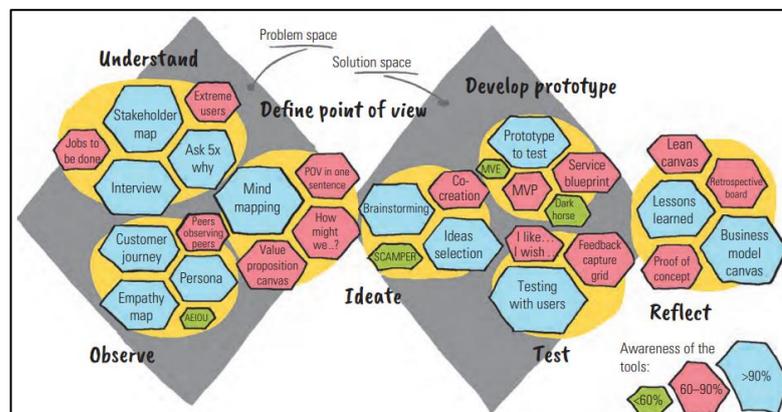
3. *Iterative.*

Proses yang dilakukan merupakan suatu proses desain yang dilakukan secara berulang-ulang untuk melakukan improvisasi dengan tujuan menghasilkan suatu produk atau aplikasi yang *customer oriented*.

4. *People Centered.*

Dalam tahapan desain yang perlu menjadi sorotan adalah bahwa setiap tindakan berpusat kepada kebutuhan dan kepentingan pengguna.

Design thinking digunakan untuk mencari solusi yang paling efektif dan efisien untuk memecahkan suatu masalah yang kompleks. Pemikiran yang diterapkan adalah pemikiran komperensif untuk mendapatkan sebuah solusi. Menurut Lewrick, dkk (2020) *Design thinking* dibagi menjadi 6 tahap dan ada berbagai *tools* yang ada pada setiap tahapnya serta bisa diaplikasikan bebas sesuai dengan situasi dan kondisi. Tahap-tahap dari *design thinking* adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Tahapan *Design Thinking*

1. *Emphatize* (Empati)

Emphatize (empati) merupakan sebuah inti proses karena permasalahan yang timbul harus dapat diselesaikan dengan cara berpusat kepada manusia, metode ini berupaya untuk memahami permasalahan yang dialami pengguna supaya kita dapat merasakan dan mencari solusi untuk permasalahan tersebut dalam metode ini ada beberapa hal yang harus dilakukan yaitu wawancara, observasi, serta menggabungkan observasi dan wawancara.

Tabel 2. 1 *Tools Emphatize*

No	Tools
1	<i>Jobs to be done</i>
2	<i>Stakeholder map</i>
3	<i>Extreme users</i>
4	<i>Interview</i>
5	<i>Ask 5x why</i>

2. *Define* (Penetapan)

Define merupakan menganalisis dan memahami hasil yang telah dilakukan pada proses *Emphatize*. Proses menganalisis dan memahami berbagai wawasan yang telah diperoleh melalui empati, dengan tujuan untuk menentukan pernyataan masalah sebagai *point of view* atau perhatian utama pada penelitian. *Tool* yang digunakan pada *Define* ini adalah “*How Might We?*” yang berarti pertanyaan singkat yang *men-trigger brainstorming*. HMW bersumber dari pernyataan POV atau bersumber dari prinsip *design thinking*. Membuat benih ide yang cukup luas sehingga terdapat berbagai solusi tetapi cukup sempit sehingga tim memiliki beberapa batasan yang membantu.

Tabel 2. 2 Tools Define

No	Tools
1	<i>Customer journey</i>
2	<i>Empathy map</i>
3	<i>Peers observing peers</i>
4	<i>Persona</i>
5	<i>AEIQU</i>
6	<i>Mind mapping</i>
7	<i>POV in one sentence</i>
8	<i>Value propotion canvas</i>
9	<i>How might we?</i>

3. *Idea* (Ide)

Idea merupakan proses transisi dari rumusan masalah menuju penyelesaian masalah, adapun dalam proses *idea* ini akan berkonsentrasi untuk menghasilkan gagasan atau ide sebagai landasan dalam membuat *prototype* rancangan yang akan dibuat. *Tool* yang digunakan pada *Idea* ini adalah “*Analogies and Benchmarking*” yang berarti mengkombinasikan analogi dan sketsa yang dapat digunakan untuk lebih banyak memunculkan kreativitas dalam *brainstorming*.

Tabel 2. 3 Tools Idea

No	Tools
1	<i>Brainstorming</i>
2	<i>Co-creation</i>
3	<i>SCAMPER</i>
4	<i>Ideas selection</i>
5	<i>Analogies and Benchmarking</i>

4. *Prototype* (*Prototype*)

Prototype dikenal sebagai rancangan awal suatu produk yang akan dibuat, untuk mendeteksi kesalahan sejak dini dan memperoleh berbagai kemungkinan baru. Dalam penerapannya, rancangan awal yang dibuat akan diuji coba kepada pengguna untuk memperoleh respon dan *feedback* yang sesuai untuk menyempurnakan rancangan. *Tool* yang digunakan pada *Prototype* ini adalah “*Prototype to Test*” yang berarti pengembangan produk dengan menggunakan pendekatan untuk membuat rancangan

dengan cepat dan bertahap sehingga dapat segera dievaluasi oleh calon pengguna/klien. Metode *prototype to test* ini membuat pengembang produk dan klien dapat saling berinteraksi selama proses pembuatan *prototype system*.

Tabel 2. 4 *Tools Prototype*

No	Tools
1	<i>Prototype to test</i>
2	<i>MVE</i>
3	<i>MVP</i>
4	<i>Service blueprint</i>
5	<i>Dark horse</i>

5. *Test* (Uji coba)

Pengujian dilakukan untuk mengumpulkan berbagai *feedback* pengguna dari berbagai rancangan akhir yang telah dirumuskan dalam proses *prototype* sebelumnya. Proses ini merupakan tahap akhir namun bersifat *life cycle* sehingga memungkinkan perulangan dan kembali pada tahap perancangan sebelumnya apabila terdapat kesalahan.

Tabel 2. 5 *Tools Test*

No	Tools
1	<i>I like i wish.....</i>
2	<i>Testing with users</i>
3	<i>Feedback capture grid</i>

6. *Reflect* (Refleksi)

Merefleksikan apa yang sudah didapat dan memastikan bahwa hasil dari *Design Thinking* tersebut sesuai dengan yang diharapkan pada rencana awal.

Tabel 2. 6 *Tools Reflect*

No	Tools
1	<i>Lean canvas</i>
2	<i>Retrospective</i>
3	<i>Lessons learned</i>
4	<i>Proof of concept</i>
5	<i>Business model canvas</i>

Dalam proses pekerjaannya, *design thinking* menggunakan cara *human-centered approach* yang ditujukan untuk memahami permasalahan ataupun kebutuhan yang dimiliki oleh pengguna. Namun desain sebenarnya berakar pada kemampuan berpikir dari masing-masing manusia yang sehingga disebut “*design thinking*”. Cara berpikir pada manusia biasanya didasarkan pada pengenalan pola. Sementara itu, berbeda dalam kemampuan berpikir desain yang didasarkan pada pola baru untuk membuat sebuah penciptaan. Pola berpikir kreatif (*creative thinking*) sebagai komponen penting dalam *design thinking*. *Design thinking* seharusnya dilihat untuk menjadi sektor seperti halnya *critical thinking* (De Bono, 2000). Melalui *design thinking* diharapkan penulis dapat memosisikan dan memotivasi untuk menempatkan diri sebagai pengguna sehingga dapat memahami secara spesifik karakter dari pengguna serta membantu pengguna dalam mencapai tujuannya. Penulis merujuk penelitian dari mahasiswa Teknik Industri Universitas Parahyangan Bandung mengenai *Food loss* dalam hal hortikultura di daerah kota Bandung sebagai acuan utama dalam pengerjaan metode *design thinking* pada tahapan perancangan untuk menurunkan kasus *Food loss* yang terjadi pada petani di kawasan Brakseng, Sumber Brantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu, Jawa Timur.

2.6 Manajemen Rantai Pasok

Manajemen Rantai pasok atau *supply chain management* adalah sebuah pendekatan yang terintegrasi dalam mengelola aliran produk, informasi, dan uang dengan melibatkan pihak-pihak dari hulu hingga hilir yang terdiri dari pemasok, pabrik, distribusi dan jasa logistik hingga ke tangan konsumen akhir (Pujawan, 2005). Menurut Jebarus (2001) *Supply Chain Management* merupakan pengembangan lebih lanjut dari manajemen distribusi produk untuk memenuhi permintaan konsumen. Konsep ini menekankan pada pola terpadu yang menyangkut proses aliran produk dari *supplier*, manufaktur, *retailer* hingga kepada konsumen. Dari sini aktivitas antara *supplier* hingga konsumen akhir adalah dalam satu kesatuan tanpa sekat pembatas yang besar, sehingga mekanisme informasi antara berbagai elemen tersebut berlangsung secara transparan. *Supply Chain Management* merupakan suatu konsep menyangkut pola pendistribusian produk

yang mampu menggantikan pola-pola pendistribusian produk secara optimal. Pola baru ini menyangkut aktivitas pendistribusian, jadwal produksi dan *logistic*. Beberapa pendapat dari ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa rantai pasok merupakan sebuah sistem pemasok, produsen, transportasi dan vendor yang ada untuk mengubah bahan mentah menjadi barang jadi dan memasok produk tersebut kepada pelanggan. Bagian dari rantai pasok yang muncul setelah proses manufaktur terkadang dikenal sebagai jaringan distribusi. Rantai pasok dapat di aplikasikan pada seluruh rangkaian industri tidak terkecuali industri kecil menengah. Manajemen rantai pasok berkaitan dengan integrasi pemasok, pabrik, gudang dan toko yang efisien sehingga barang dagangan dan didistribusikan ada pada jumlah yang tepat, lokasi yang tepat dan waktu yang tepat untuk meminimalisir total biaya dari sistem serta memenuhi permintaan dari pelanggan.

2.6.1 Manfaat Manajemen Rantai Pasok

Secara umum penerapan konsep *Supply Chain Management* dalam perusahaan akan memberikan manfaat yaitu (Jebarus, 2001) kepuasan pelanggan, meningkatkan pendapatan, menurunnnya biaya, pemanfaatan asset yang semakin tinggi, peningkatan laba, dan perusahaan semakin besar.

1. Kepuasan pelanggan.

Konsumen atau pengguna produk merupakan target utama dari aktivitas proses produksi setiap produk yang dihasilkan perusahaan. Konsumen atau pengguna yang dimaksud dalam konteks ini tentunya konsumen yang setia dalam jangka waktu yang panjang. Untuk menjadikan konsumen setia, maka terlebih dahulu konsumen harus puas dengan pelayanan yang disampaikan oleh perusahaan.

2. Meningkatkan pendapatan.

Semakin banyak konsumen yang setia dan menjadi mitra perusahaan berarti akan turut pula meningkatkan pendapatan perusahaan, sehingga produk-produk yang dihasilkan perusahaan tidak akan ‘terbuang’ percuma, karena diminati konsumen.

3. Menurunnnya biaya.

Pengintegrasian aliran produk dari perusahaan kepada konsumen akhir berarti pula mengurangi biaya-biaya pada jalur distribusi.

4. Pemanfaatan aset semakin tinggi.

Aset terutama faktor manusia akan semakin terlatih dan terampil baik dari segi pengetahuan maupun keterampilan. Tenaga manusia akan mampu memberdayakan penggunaan teknologi tinggi sebagaimana yang dituntut dalam pelaksanaan *Supply Chain Management*.

5. Peningkatan laba.

Dengan semakin meningkatnya jumlah konsumen yang setia dan menjadi pengguna produk, pada gilirannya akan meningkatkan laba perusahaan.

6. Perusahaan semakin besar.

Perusahaan yang mendapat keuntungan dari segi proses distribusi produknya lambat laun akan menjadi besar, dan tumbuh lebih kuat.

2.7 Penelitian Terdahulu

Terdapat penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dalam beberapa aspek terutama metode *design thinking* pada penelitian ini. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mulyadi (2021) bertujuan untuk menurunkan *Food loss* pada komoditas hortikultura antara petani dan pedagang di Jawa Barat menggunakan metode *design thinking*. Tujuan dari penelitiannya adalah untuk memberikan usulan atau rekomendasi kepada peran petani hingga pedagang besar untuk dapat menurunkan *Food loss* bagi komoditas hortikultura yang kerap kali mengalami kerusakan seperti memar, gores bahkan pecah pada setiap masa panennya baik karena hama maupun kegiatan pasca panen dan tentunya kerusakan-kerusakan tersebut memicu adanya *Food loss*. Sebagian besar dari *Food loss* pada komoditas hortikultura disebabkan oleh kerusakan mekanis pada proses distribusi maka dari itu untuk menurunkan *Food loss* tersebut, peneliti melakukan kegiatan preventif yaitu menggunakan kontainer pada proses distribusi dan instruksi kerja untuk penanganan komoditas hortikultura. Berdasarkan hasil pengujian dari *prototype* solusi kontainer dan instruksi kerja, didapatkan bahwa penggunaan keduanya diharapkan dapat secara efektif mengurangi *Food loss* komoditas hortikultura.

Hasil yang didapatkan diketahui bahwa penerapan *design thinking* oleh Sandra Helenna berjalan dengan baik, terutama pada *prototipenya* yaitu kontainer pisang. Pengaplikasian kontainer tidak sulit dan bahan dari kontainer tersebut mudah untuk dicari dan harganya pun terjangkau. Namun ada beberapa saran yang disampaikan oleh pihak distributor yaitu bahan yang dipakai masih kurang kuat untuk pemakaian jangka waktu lama.