

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengembangan produk merupakan suatu rangkaian aktivitas yang diawali dari analisis dan persepsi pasar dan diakhiri dengan tahap produksi dan penjualan kepada konsumen (Irawan, 2017). Definisi lain dari pengembangan produk adalah sebuah strategi yang dilakukan oleh perusahaan sebagai suatu proses dalam mengembangkan produk, memperbaiki produk lama atau memperbanyak kegunaan produk dengan asumsi bahwa pelanggan menginginkan unsur-unsur baru mengenai produk yang akan dikembangkan (Sukmawati & Patimah, 2021). Tujuan utama dari adanya pengembangan produk yaitu sebagai upaya dalam menghasilkan sebuah inovasi baru pada produk dalam rangka menambah keunggulan produk agar semakin diminati konsumen (Sa'diyah & Arifin, 2014). Pengembangan produk dapat dilakukan dengan memperhatikan material produk, karakteristik produk, dan desain produk (Sukmawati & Patimah, 2021).

PT Garam (Persero) merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi garam bahan baku (krosok) dan produksi garam konsumsi berupa garam halus beryodium di bawah BUMN. PT Garam terbagi menjadi 3 unit pabrik produksi yaitu di industri Camplong Sampang, industri Segoromadu Gresik, dan industri Manyar Gresik. Luas lahan yang dimiliki oleh PT Garam (Persero) yaitu sebesar 5.000 hektar dengan menghasilkan 100 ton garam krosok tiap musimnya. Di lihat dari sisi kualitas terhadap kandungan NaCl, produk garam hasil produksi PT Garam (Persero) memiliki kadar NaCl untuk garam olahan sebesar >97% dan kadar NaCl untuk garam bahan baku sebesar >90%. Adapun kriteria kualitas untuk garam konsumsi rumah tangga yaitu garam halus beryodium memiliki kandungan NaCl sebesar 85% hingga 97% ((Dharmayanti *et al.*, 2013) . Pangsa pasar garam PT Garam (Persero) pada tahun 2020 adalah 3,9%, dengan jumlah total penjualan mencapai angka 153.624 ton garam bahan baku dan 19.378 ton garam olahan, dengan pendapatan usaha perseroan mencapai Rp 111,32 miliar. Namun angka pemasaran dan pendapatan tersebut mengalami penurunan sebanyak 46% dibandingkan dengan tahun 2019. Hal tersebut disebabkan karena terdapat pesaing di industri garam (PT.Garam, 2020).

Produk garam halus beryodium produksi dari PT Garam (Persero) dikenal dengan nama produk garam cap Segitiga G. Garam cap segitiga G merupakan garam konsumsi dengan tambahan yodium. Wilayah pemasaran dari garam cap segitiga G meliputi pulau Sumatera, Sulawesi, Kalimantan, Jawa (Gresik), Bali dan

Nusa Tenggara. Namun volume penjualan produk garam cap Segitiga G masih terbatas dan belum terlalu dikenal oleh masyarakat (PT. Garam, 2020). Oleh karena itu diperlukan pengembangan produk garam Cap Segitiga G.

Salah satu upaya untuk dapat meningkatkan volume penjualan produk garam cap Segitiga G yaitu melalui pengembangan produk. Metode yang dapat digunakan dalam pengembangan produk yaitu metode *quality function deployment* (QFD). Selain menggunakan metode *quality function deployment*, metode lain yang dapat digunakan dalam pengembangan produk adalah metode *Value Engineering*, akan tetapi metode ini lebih berfokus pada mengembangkan kualitas produk dengan meminimalkan biaya produksi (Zein *et al.*, 2021), sementara metode *quality function deployment* berfokus pada perancangan produk sesuai dengan kebutuhan konsumen. Maka dari itu metode *quality function deployment* dipilih dalam penelitian ini. *Quality Function Deployment* (QFD) merupakan konsep menyeluruh yang menyediakan sarana untuk mengkorelasikan persyaratan pelanggan ke dalam persyaratan teknis disesuaikan dengan setiap tahapan pengembangan produk dan produksi yaitu dari strategi pemasaran, perencanaan, desain dan rekayasa produk, evaluasi prototipe, proses produksi hingga pada pengembangan dan penjualan (Chan & Wu, 2002). Metode QFD didefinisikan sebagai sebuah metode untuk menerjemahkan keinginan dan kebutuhan pelanggan secara sistematis ke dalam desain produk berdasarkan persyaratan teknis dan karakteristik kualitas tertentu (Akao, 1990), dalam penelitian ini metode QFD digunakan untuk mengintegrasikan atribut kualitas garam yang dibutuhkan oleh konsumen dengan produk garam yang akan dikembangkan. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah pengembangan produk garam halus beryodium dengan menggunakan metode QFD (*Quality Function Deployment*).

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana karakteristik produk garam halus beryodium yang diharapkan konsumen.
2. Bagaimana mengembangkan produk garam halus beryodium menggunakan metode *Quality Function Deployment* sesuai keinginan konsumen.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui karakteristik fisik produk garam halus beryodium yang diharapkan konsumen.

2. Mengembangkan produk garam halus beryodium menggunakan metode *quality function deployment* sesuai keinginan konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Mendapatkan saran yang dapat menjadi pertimbangan perusahaan mengenai rancangan produk garam yang diharapkan konsumen.
2. Membina hubungan dan kerja sama yang baik antar lingkup akademis dan lingkup perusahaan PT Garam (Persero).