

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kue rangi merupakan salah satu kue tradisional yang berasal dari masyarakat urban betawi. Kue rangi biasa ditemukan atau dijual di daerah Jakarta dan Bekasi. Kue yang terbuat dari kelapa tua ini disajikan dengan saus gula merah yang di kentalkan dengan campuran sedikit tepung kanji. Terkadang saus gula merah tersebut bisa dicampuri oleh beberapa buah seperti nanas, irisan nangka dan durian. Kue rangi biasa disajikan secara sederhana menggunakan daun pisang namun akhir-akhir ini penjual kue rangi menggunakan kertas minyak sebagai pengganti wadah dari daun pisang. Harga kue rangi dipatok dengan harga dari Rp. 2000 – 6000 per porsi. Harga tersebut relatif tidak mahal sehingga menjadi daya tarik masyarakat. Kue rangi juga biasa dimakan dengan minuman – minuman seperti kopi atau teh oleh masyarakat setempat.

Makanan tradisional yang memiliki kearifan lokal seperti kue rangi bisa dikatakan sebagai gagasan yang muncul dari suatu daerah yang berisikan nilai pengetahuan atau kebudayaan suatu daerah tertentu. Namun makanan tradisional tersebut semakin hari tergerus oleh modernisasi terutama di kota-kota besar, seperti Bekasi. Masuknya warga yang berasal dari luar jakarta menambah keanekaragaman dari kearifan lokal itu tersendiri. Kebudayaan Betawi yang biasanya menjadi karakteristik di wilayah Bekasi dan DKI Jakarta semakin hari semakin tergantikan oleh kearifan – kearifan yang berasal dari luar daerah tersebut. Hal lain yang menjadikan penurunannya penjualan kue – kue tradisional khususnya produk kue rangi ini terjadi dikarenakan adanya penurunan minat konsumen terhadap produk ini akibatnya minimnya penjual yang melakukan penjualan terhadap produk kue rangi ini. Hal begitu juga terjadi pada konsumen dengan rentang usia remaja – dewasa dimana konsumen – konsumen tersebut memiliki keinginan bahwa ada pengembangan untuk produk kue rangi ini supaya terdapat variasi dari rasa karena perubahan preferensi konsumen terhadap suatu rasa akan semakin terus berubah seiring berkembangnya zaman.

Aspek ekonomi atau bisnis akhir – akhir ini, baik itu publik atau swasta berusaha untuk mengembangkan nilai dari produk dengan cara meningkatkan kualitas dari produk tersebut. Khususnya untuk produk Kue Rangi. Seiring waktu yang berjalan produk ini mengalami penurunan dari penjualan akibat penjual atau

produsen dari produk kue rangi mulai menurun dibandingkan dengan kue pancong yang semakin hari semakin naik penjualannya. Modernisasi produk – produk kue tradisional khususnya produk pesaing kue rangi seperti kue pancong juga mengakibatkan menurunnya penjualan produk kue rangi ini. Modernisasi pada produk kue pancong antara lain yaitu terdapat penambahan rasa seperti selai kacang, coklat dan stroberi. Yang awalnya rasa original dari produk kue pancong tersebut hanya gula putih sehingga hal tersebut dapat menambahkan opsi untuk konsumen dalam memilih rasa sesuai keinginan konsumen atau preferensi konsumen. Hal ini ditambahkan dengan adanya produk kue pancong yang semakin hari semakin berkembang dengan membuka kedai atau toko, sebaliknya produk kue rangi masih berbasis gerobak keliling sehingga produk ini butuh adanya pengembangan dari segi kualitas dan kuantitas dengan harapan bisa meningkatkan minat beli dari konsumen dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) (Januariana 2018).

Pengembangan produk adalah hal yang sangat penting untuk pelaku komersial khususnya penjual kue agar produknya diminati konsumen. Penelitian ini menggunakan metode QFD memiliki tujuan untuk mengetahui kebutuhan dari konsumen kue rangi tersebut serta mengevaluasi produk tersebut sehingga secara sistematis dapat meningkatkan kualitas produk tersebut. Metode QFD juga bisa memberikan informasi apa yang akan dibutuhkan oleh konsumen dan juga Metode QFD sangat cocok untuk digunakan ke produk baru atau produk yang akan mengalami perbaikan atau pengembangan. Analisis menggunakan metode QFD dilakukan supaya dapat mengetahui adanya atribut yang ingin dikembangkan sesuai keinginan dari konsumen, tingkatan kepuasan konsumen dan perbandingan diantara produk kue rangi dengan produk lain yang sejenis atau produk kompetitor.

Menurut Syaiful *et al.* (2022). Metode *Quality Function Deployment* (QFD) merupakan metodologi yang menafsirkan suatu kebutuhan atau keinginan konsumen didalam sebuah produk yang memiliki desain dengan karakteristik kualitas dan persyaratan teknis tertentu. Metode *Quality Function Deployment* (QFD) bisa digunakan untuk mengembangkan kualitas produk kue rangi yang kualitasnya berorientasi pada keinginan pelanggan (*customer requirements*) sehingga hasil QFD dapat diimplementasikan pada *House of Quality* (HOQ) yang dapat menjadi informasi pengembangan produk tersebut (Ida *et al.* 2021).

Pengembangan produk harus dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dirancang untuk mengidentifikasi properti penting dan relevan Berdasarkan kepuasan pelanggan Langkah selanjutnya dalam pengembangan suatu produk. Pengembangan produk melibatkan sejumlah kegiatan yang dimulai dari mencari peluang di pasar hingga produksi, penjualan, dan distribusi produk. Produk itu sendiri adalah barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pelanggan. Tahapan pengembangan produk meliputi analisis pasar dan peluang hingga penyerahan produk kepada konsumen (Ulrich *et al* 2001).

Penelitian dengan metode ini sebelumnya sudah diimplementasikan. Beberapa contoh penelitian yang menggunakan metode QFD yaitu penelitian yang dilakukan pada produk kerupuk ikan bandeng oleh (Narto 2019) didapatkan hasil penelitian atribut – atribut yang diprioritaskan pertama adalah perbaikan proses produksi dan pengembangan kedua yaitu pelayanan konsumen dengan sistem terintegrasi teknologi informasi dan pengembangan terakhir yaitu pengembangan desain bentuk dan ukuran dengan motif sesuai keinginan pelanggan. Penelitian kedua yang menggunakan metode QFD yaitu penelitian dari (Nava Dyana 2020) menggunakan produk *Thai Tea* dengan merek kaw – kaw. Hasil dari penelitian tersebut didapatkan nilai atribut tertinggi terdapat pada “Kualitas produk sesuai harga yang ditawarkan”. Untuk atribut tingkat kepuasan yaitu “Kualitas produk sesuai dengan harga yang ditawarkan”. Untuk perbandingan dengan kompetitor. Produk kaw – kaw berada di belakang produk kompetitor yaitu *racha-cha thai tea*. Peneliti selanjutnya yaitu dari (Januriana 2018). Peneliti tersebut menggunakan produk keripik pisang. Hasil dari penelitian tersebut dari 17 atribut, 11 atribut yang berhubungan dengan produk dan 6 atribut untuk kebutuhan konsumen dari segi kemasan. Selanjutnya terdapat 21 atribut persyaratan teknis, 16 atribut dari segi produk nilai tertinggi, 5 atribut dari segi kemasan nilai tertinggi. Atribut yang menjadi prioritas utama dalam pengembangan produk kerupuk pisang yaitu Kelengkapan informasi label dan Terdapat nilai *improvement ratio* (IR) yang perlu perbaikan dalam mengembangkan produk keripik pisang. Berdasarkan pembahasan diatas maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengembangan Produk Kue Rangi Khas Betawi menggunakan metode *Quality Function Development* (QFD).

1.2 Batasan Masalah

Batasan permasalahan yang akan diteliti memusatkan pada produk kue rangi dimana menganalisa penilaian konsumen terhadap produk kue rangi serta

adanya upaya perbaikan yang dilakukan dalam mengembangkan produk kue rangi tersebut.

1.3 Rumusan Masalah

Bersandarkan dari bahasan diatas. Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana kriteria atribut dari produk kue rangi yang diinginkan oleh konsumen?
2. Bagaimana proses penyempurnaan produk kue rangi menggunakan QFD?

1.4 Tujuan Penelitian

Bersandarkan dari basan diatas, Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Menentukan kriteria atribut produk kue rangi yang di inginkan oleh konsumen
2. Menyempurnakan produk kue rangi ini menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)* (serta menyusun matriks *House of Quality (HOQ)*).

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Sebagai suatu landasan dalam meningkatkan pengembangan produk dari kue rangi
2. Sebagai sarana informasi untuk masyarakat agar bisa mengembangkan produk kue rangi
3. Mampu mendorong masyarakat untuk selalu berinovasi dalam pengembangan suatu produk pangan dengan memanfaatkan kekayaan alam.