

ACHMAD ARDI WIJAYA NIM. 16.03.3.1.1.00079. Pengembangan Produk Kerupuk Amplang Dengan Pendekatan *Green Quality Function Deployment* Pada Studi Kasus: Industri Kecil Menengah UD Bintang Sumenep. Dibawah bimbingan **Dr. Moh. Fuad Fauzul M, S.TP., M.Si dan Khoirul Hidayat, S.T., MT.**

ABSTRAK

Perkembangan green product dengan menggunakan pendekatan Quality Function Depolyment (QFD) dapat mengindentifikasi keinginan konsumen mengenai produk yang akan dikembangkan agar memenuhi kebutuhan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen sudah mengarah pada produk yang ramah lingkungan dapat terpenuhi dari suatu produk sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Metode yang digunakan adalah metode Green QFD yang dapat mengidentifikasi keinginan konsumen mengenai produk yang ramah lingkungan. Hasil yang diperoleh dalam mengindentifikasi keinginan konsumen dengan metode FGD yaitu tiga belas atribut kebutuhan konsumen yang harus diperhatikan dalam mengembangkan produk kerupuk amplang yang ramah lingkungan. Dapat disimpulkan bahwa karakterisitik kebutuhan konsumen berkaitan dengan produk ramah lingkungan adalah proses proses produksi ramah lingkungan dengan nilai tingkat kepentingan 6,05; informasi tanggal kadaluarsa pada kemasan dengan nilai tingkat kepentingan 6,3; kesesuaian harga perkemasan dengan nilai tingkat kepentingan 6,3; ketahanan daya simpan kerupuk amplang dengan nilai tingkat kepentingan 6,2 dan warna kerupuk amplang dengan nilai tingkat kepentingan 5,88.

Kata Kunci : *FGD, Green QFD, Green Product, Kerupuk Amplang*

ACHMAD ARDI WIJAYA NIM. 16.03.3.1.1.00079. Amplang Crackers Product Development Using Green Quality Function Deployment Approach in Case Study: Small and Medium Industries UD Bintang Sumenep. Under the guidance of Dr. Moh. Fuad Fauzul M, S.TP., M.Si and Khoirul Hidayat, S.T., MT.

ABSTRACT

The development of green products using the Quality Function Depolymment (QFD) approach can identify consumer desires regarding products to be developed to meet consumer needs. This study aims to determine the needs and desires of consumers that have led to environmentally friendly products that can be met from a product so that it can provide satisfaction to consumers. The method used is the Green QFD method that can identify consumer desires about environmentally friendly products. The results obtained in identifying consumer desires with the FGD method are thirteen attributes of consumer needs that must be considered in developing environmentally friendly amplang crackers products. It can be concluded that the characteristics of consumer needs related to environmentally friendly products are environmentally friendly production processes with a significance level of 6.05; information on the expiration date on the packing with a significance level of 6.3; the suitability of the packaging price with the importance value of 6.3; the shelf life of amplang crackers with a significance value of 6.2 and the color of the amplang crackers with a significance level of 5.88.

Keywords : *Amplang Crackers, FGD, Green QFD, Green Product*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	2
1.3. Batasan Penelitian.....	3
1.4. Tujuan Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian	3
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1. Kerupuk Amplang.....	4
2.1.1. Definisi Kerupuk.....	4
2.1.2. Kerupuk Amplang.....	4
2.2. Pengembangan Produk Ramah Lingkungan.....	5
2.2.1. Pengertian Pengembangan Produk.....	5
2.2.2. Pengembangan Produk Ramah Lingkungan	5
2.3. Landasan Teori QFD dan Green QFD	5
2.3.1. <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	5
2.3.2. <i>Green Quality Function Deployment</i> (Green QFD)	6
2.4. <i>House Of Quality</i> (HOQ).....	7
2.5. Penelitian Terdahulu	9
III. METODE PENELITIAN.....	11
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian.....	11

3.2.	Tahapan Penelitian.....	11
3.3.	Pengumpulan Data.....	11
3.3.1.	Data Primer	11
3.3.2.	Data Sekunder	11
3.3.3.	<i>Focus Group Discussion (FGD)</i>	11
3.4.	Pengolahan Data	14
3.5.	Analisis Data	19
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	20
4.1.	Pengumpulan Data.....	20
4.2.	Identifikasi Kebutuhan Konsumen	20
4.3.	Gambaran Umum.....	22
4.3.1.	Gambaran Umum Industri Kerupuk Amplang.....	22
4.3.2.	Gambaran Umum Perusahaan.....	22
4.4.	Deskripsi Hasil Penelitian.....	24
4.4.1.	Proses Pembuatan Kerupuk Amplang.....	24
4.4.2.	Deskripsi Tahapan Proses	25
4.5.	Analisis Tingkat Kepentingan.....	27
4.6.	Uji Validitas dan Reliabilitas	28
4.7.	Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	30
4.8.	Analisis Tingkat Perbandingan Dengan Produk Kompetitor.....	32
4.9.	Nilai Target (<i>Goal</i>)	33
4.10.	Perhitungan Rasio Perbaikan (<i>Improvement Ratio</i>).....	34
4.11.	Penentuan Poin Penjualan (<i>Sales Point</i>).....	35
4.12.	Perhitungan <i>Raw Weight</i>	36
4.13.	Perhitungan <i>Normalized Raw Weight</i>	37
4.14.	Respon Teknis (<i>Technical Response</i>).....	38
4.15.	Matriks Hubungan (<i>Relationship Matrix</i>).....	39
4.16.	<i>Matriks Trade Off</i>	41
4.17.	Matriks Teknik (<i>Technical Matrix</i>)	43
4.18.	Penyusunan Matriks HOQ	48
V.	PENUTUP.....	51

5.1. Kesimpulan	51
5.2. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Nilai <i>Improvement Ratio</i>	17
Tabel 3.2 Nilai Sales Point	17
Tabel 3.3 Simbol Matriks Hubungan	18
Tabel 4.1 Atribut Kebutuhan Konsumen Kerupuk Amplang	21
Tabel 4.2 Hasil Perhitungan Tingkat Kepentingan Produk Kerupuk Amplang Bintang	28
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Produk Kerupuk Amplang Bintang	29
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan Produk Kerupuk Amplang Bintang	30
Tabel 4.5 Hasil Perhitungan Tingkat Kepuasan Pelanggan Produk Kerupuk Amplang Bintang	31
Tabel 4.6 Perbandingan Tingkat Kepuasan Produk Kerupuk Amplang Bintang Dengan Produk Kerupuk Amplang Sarina	32
Tabel 4.7 Nilai Target Atribut Kebutuhan Konsumen Produk Kerupuk Amplang Bintang	33
Tabel 4.8 Rasio Perbaikan Atribut Kebutuhan Konsumen Produk Kerupuk Amplang Bintang	35
Tabel 4.9 Poin Penjualan Produk Kerupuk Amplang Bintang	36
Tabel 4.10 Hasil Perhitungan <i>Raw Weight</i> Atribut Kebutuhan Konsumen Produk Kerupuk Amplang Bintang	37
Tabel 4.11 Hasil Perhitungan <i>Normalized Raw Weight</i> Produk Kerupuk Amplang Bintang	37
Tabel 4.12 <i>Technical Response</i> Berdasarkan <i>Customer Needs</i> Produk Kerupuk Amplang Bintang	38
Tabel 4.13 Simbol Dalam <i>Relationship Matrix</i>	39
Tabel 4.14 Nilai Prioritas Dan Kontribusi Respon Teknis Untuk Produk Kerupuk Amplang Bintang	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Matriks House Of Quality</i> (HOQ)	7
Gambar 3.1 Diagram Alir Tahapan Penelitian.....	13
Gambar 4.1 Produk Kerupuk Amplang Bintang.....	23
Gambar 4.2 Produk Kerupuk Amplang Sarina	23
Gambar 4.3 Tahapan Pembuatan Kerupuk Amplang	25
Gambar 4.4 Matriks Hubungan Produk Kerupuk Amplang Bintang.....	40
Gambar 4.5 Matriks <i>Trade Off</i> Produk Kerupuk Amplang Bintang.....	42
Gambar 4.6 Matriks <i>House Of Quality</i> Produk Kerupuk Amplang Bintang	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Tingkat Kepentingan Konsumen.....	55
Lampiran 2 Data Tingkat Kepentingan Konsumen	57
Lampiran 3 Kuesioner Tingkat Kepuasan Konsumen	58
Lampiran 4 Data Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Produk Kerupuk Amplang Bintang.....	60
Lampiran 5 Data Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Produk Kerupuk Amplang Sarina.....	61
Lampiran 6 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas.....	62
Lampiran 7 Kuesioner Poin Penjualan.....	64
Lampiran 8 Data Poin Penjualan Pada Produk Kerupuk Amplang Bintang.....	65
Lampiran 9 Dokumentasi.....	66