

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tingginya tingkat kebutuhan dan aktifitas manusia, menyebabkan kebutuhan seperti air minum dalam kemasan meningkat. Saat ini air minum dalam kemasan, menjadi salah satu solusi tingginya kebutuhan tersebut yang terus meningkat karna dinilai praktis dan dapat dibawa kemana-mana dan dijamin higienis. Menurut Asosiasi Perusahaan Air Minum dalam Kemasan Indonesia (Aspadin) tahun 2015, pada tahun 2014 masyarakat Indonesia menghabiskan 23,1 miliar liter air minum dalam kemasan untuk dikonsumsi, jumlah tersebut meningkat sekitar 11,3 persen dari permintaan di tahun 2013 yang hanya sebesar 20,48 miliar liter air per tahun (Sulaeman 2015).

Terdapat kurang lebih 500 perusahaan yang bergerak dalam produksi AMDK yang terbagi ke dalam perusahaan berskala kecil dan besar yang menjadi penguasa pasar AMDK nasional. Menurut riset Goldman Sachs pada tahun 2015, Aqua dari Grup Danone menguasai 46,7% pangsa pasar AMDK, disusul Tirta Bahagia (Club) 4%, Tangmas (2 Tang) 2,8%, PT Santa Rosa Indonesia (Oasis) 1,8%, Triusaha Mitraraharja (Super O2) 1,7%, dan Sinar Sosro (Prima) 1,4% (Bachdar, 2015). Persaingan yang ketat dalam jenis usaha ini, mendorong setiap pengusaha untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan dengan cara menjaga dan meningkatkan kualitas produk sehingga perusahaan dapat merebut pangsa pasar yang ada. Berbagai macam cara dilakukan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas mulai dari kualitas produk, pelayanan pelanggan dan berbagai cara yang lainnya.

Adem adalah salah satu industri air minum dalam kemasan dalam skala kecil, yang dikelola oleh prodi Teknologi Industri Pertanian, salah satu program studi yang ada di kampus Universitas Trunojoyo Madura. Instansi ini masih memproduksi air dalam kemasan dalam bentuk air gelas yang terbuat dari plastik. Selama berjalannya produksi, instansi mengalami kendala yaitu menurunnya tingkat permintaan / pesanan dari waktu ke waktu, sehingga dikhawatirkan adanya ketidakpuasan pelanggan terhadap produk ini. Ketidakpuasan pelanggan akan kualitas produk air ini akan berakibat pada pendapatan instansi atau merugikan

instansi. Belum ada penelitian terdahulu terkait menurunnya permintaan ini. Apabila terus menerus maka instansi akan mengalami kerugian yang sangat besar mulai dari bahan baku, waktu, tenaga maupun biaya.

Saat ini, instansi sedang melakukan pembenahan diri dalam hal peningkatan kualitas produk untuk memberikan yang terbaik untuk pelanggan sehingga dapat meningkatkan penjualan. Terdapat banyak metode yang dapat digunakan dalam peningkatan dan pengembangan produk seperti *seven tools*, *sig sixma* dan *Quality Function Deployment (QFD)*. Dalam hal ini, peneliti memilih metode QFD dengan alat bantu *House of Quality (HoQ)* karena pengendalian kualitas yang diharapkan oleh instansi lebih mengarah pada persepsi pelanggan akan kualitas produk. HoQ adalah metode yang cocok untuk digunakan dalam peningkatan kualitas ini, mengingat keunggulan dari metode QFD ini adalah pelanggan.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk melakukan perbaikan dan pengembangan kualitas produk dengan menganalisis atribut-atribut yang melekat pada produk berdasarkan pada pelanggan dan dihubungkan dengan sumber daya yang dimiliki instansi itu sendiri, sehingga nantinya dihasilkan suatu keputusan yang menguntungkan bagi instansi tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka terdapat beberapa permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini, yakni :

1. Apa saja persyaratan pelanggan dan persyaratan teknik produk air minum dalam kemasan?
2. Bagaimana bentuk hubungan persyaratan-persyaratan tersebut dalam rumah kualitas produk air minum dalam kemasan adem ini?
3. Bagaimana cara untuk peningkatan kualitas air minum dalam kemasan adem?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui apa saja persyaratan pelanggan dan persyaratan teknik produk air minum dalam kemasan?
2. Mengetahui bentuk hubungan persyaratan-persyaratan tersebut dalam rumah kualitas produk air minum dalam kemasan adem.
3. Memperoleh bagaimana caranya untuk meningkatkan kualitas produk air minum dalam kemasan adem.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Mendapatkan saran yang dapat menjadi pertimbangan kebijakan perusahaan dalam upaya melakukan perbaikan kualitas terhadap AMDK Adem yang dihasilkan.
2. Menambah jaringan kerja sama antara universitas dengan pihak industri

1.5. Batasan Masalah

1. Air minum dalam kemasan yang dimaksud adalah air minum dalam kemasan adem yang diproduksi oleh salah satu instansi di Universitas Trunojoyo Madura, yakni Prodi Teknologi Industri Pertanian.
2. Atribut – atribut yang dianggap penting dan melekat pada produk
3. AMDK yang dimaksud adalah Air Minum Dalam Kemasan Adem dengan gelas volume 220 ml dengan pembanding AMDK Arma yang juga memiliki volume 220 ml.