

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak peninggalan dari nenek moyang, salah satu peninggalannya adalah makanan tradisional. Setiap daerah pasti memiliki sesuatu yang ikonik yang salah satunya adalah makanan tradisional. Salah satu makanan peninggalan nenek moyang adalah onde-onde. Makanan ini adalah salah satu jajanan pasar yang disukai oleh semua kalangan yang terbuat dari tepung ketan dan terdapat isian di dalamnya berupa kacang hijau kemudian kulit luarnya dilumuri wijen. Keberadaan onde-onde di Indonesia sudah ada sejak zaman Majapahit yang dibawa oleh penduduk Tiongkok. Kota Mojokerto menjadi salah satu daerah yang memproduksi onde-onde sejak zaman Majapahit sehingga sampai saat ini Kota Mojokerto dikenal sebagai Kota Onde-onde. Seiring berkembangnya zaman onde-onde banyak ditemukan di beberapa daerah di Indonesia, sehingga keberadaan onde-onde saat ini sudah dikenal banyak orang.

Saat ini sudah banyak ditemukan pengembangan produk onde-onde yang cukup variatif. Adanya berkembangnya produksi onde-onde tidak menutup kemungkinan adanya persaingan pasar. Persaingan pasar yang dilakukan biasanya berkaitan dengan kualitas yang diberikan oleh produsen. Beberapa produsen menghadapi permasalahan dalam menjaga konsistensi rasa, tekstur, dan tampilan onde onde yang diproduksi. Hal ini akan mengakibatkan adanya variasi kualitas yang saling berhubungan antara produsen satu dengan produsen lainnya hingga dalam produksi yang sama. Selain itu, perkembangan pasar yang semakin bersaing dan konsumen yang semakin cerdas, maka menjaga kualitas adalah kunci untuk mempertahankan eksistensi dan daya saing suatu produk.

Kualitas menjadi salah satu faktor penting pada setiap perusahaan agar dapat mempertahankan usahanya di era persaingan pasar yang ketat saat ini. Kualitas juga menjadi hal utama yang diperhatikan oleh pelanggan, karena pada dasarnya kualitas yang baik merupakan kualitas yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Dalam menciptakan kualitas yang baik juga membutuhkan bantuan calon konsumen, yang mana membantu untuk menggali informasi produk seperti apa yang diharapkan. Kualitas menurut produsen adalah sejauh mana produk yang mereka hasilkan dapat sesuai dengan spesifikasi yang sudah ditetapkan namun juga mempertimbangkan beberapa toleransi seperti perbedaan ukuran dan juga karakteristik produk. Industri Kecil Menengah (IKM) merupakan salah satu industri kecil yang dilakukan oleh perserorangan atau rumah tangga yang

bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk diperjualbelikan secara komersial. Menurut Suyadi *et al.*, (2018), IKM memiliki nilai penjualan tidak lebih dari Rp 50 milyar per tahun sesuai dengan regulasi UU RI No. 9 Tahun 1995 dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 20-99 orang. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah salah satu bagian dari industri kecil menengah yang memiliki omset atau pendapatan yang relatif lebih kecil dibandingkan dengan IKM. Biasanya UMKM dijalankan oleh sebagian kelompok kecil atau perseorangan untuk melakukan kegiatan berniaga. Berbeda dengan IKM yang dijalankan oleh tim yang lebih besar dengan skala produksi yang lebih besar pula.

Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Indonesia, khususnya UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi negara. UMKM sering kali menghasilkan produk-produk tradisional yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan dan dipasarkan secara lebih luas. UMKM merupakan usaha skala kecil yang dijalankan oleh masyarakat, salah satu produk yang diproduksi adalah makanan tradisional. Onde-Onde XYZ merupakan salah satu UMKM yang ada di Desa Kemantren Gedeg Mojokerto. UMKM XYZ merupakan produsen onde-onde yang memiliki usia kurang lebih satu tahun dengan rata-rata pelanggan perharinya sebanyak 55. UMKM XYZ memiliki kapasitas produksi sebanyak 15-20 kg per hari. Berdasarkan hasil wawancara bersama pemilik UMKM, fenomena yang terjadi saat ini adalah usia perusahaan yang terbilang cukup muda yaitu satu tahun membuat kualitas yang dihasilkan masih kurang baik sehingga memerlukan evaluasi dan masukan. Permasalahan kualitas yang kurang baik akan terjadi persaingan pasar dengan kompetitor yang mana hal ini dapat menurunkan omzet perusahaan. Tidak hanya itu pemilik juga belum mengetahui kualitas produk yang diberikan oleh UMKM XYZ apakah sudah sesuai dengan keinginan pelanggan atau belum. Salah satu cara untuk mengetahui keinginan konsumen adalah menggunakan beberapa metode seperti survei pasar, pembuatan rumah kualitas, dan perbaikan kualitas.

Terdapat beberapa metode dalam melakukan perbaikan kualitas. Diantaranya yaitu metode *Total Quality Management (TQM)*, *Statistical Quality Control (SQC)*, *Servqual*, *Value Engineering*, *Quality Function Deployment (QFD)*. Masing-masing metode memiliki kelebihan dan kekurangannya. Menurut beberapa penelitian terdahulu metode TQM memiliki kelebihan yaitu dapat fokus terhadap kebutuhan pelanggan serta proses perbaikan dapat dilakukan secara berkelanjutan, namun memiliki kekurangan yaitu waktu yang dibutuhkan dalam

identifikasi membutuhkan waktu yang cukup panjang. Menurut (Susanti, 2023), kelebihan dari metode SQC adalah bekerja berdasarkan data/fakta yang objektif dan bukan berdasarkan opini yang subyektif. Namun metode SQC juga memiliki kelemahan dalam perbaikan kualitas yaitu harus menggunakan tingkat ketelitian yang tinggi karena data yang digunakan bersifat statistika. Beberapa penelitian terdahulu menyatakan bahwa metode *servqual* memiliki kelebihan yaitu dapat mengetahui harapan serta kepuasan konsumen terhadap kualitas dan juga dapat merumuskan atribut apa saja yang perlu dilakukan perbaikan. Metode *servqual* memiliki kelemahan dalam proses analisisnya karena penilaian yang digunakan bersifat subyektif. Menurut Amaliah dan Zulkarnain (2022), kelebihan dari metode *value engineering*, yaitu dapat mengendalikan biaya dengan cara menganalisis nilai terhadap fungsinya tanpa menghilangkan kualitas yang diinginkan. Sedangkan kelemahan metode *Value Engineering* yaitu membutuhkan tingkat kreativitas yang tinggi karena metode berhubungan dengan rekayasa nilai dengan mempertahankan kualitas yang terbaik. Berdasarkan kelebihan dan kekurangan beberapa metode yang ada penelitian ini menggunakan metode QFD sebagai perbaikan kualitas.

Salah satu metode perbaikan kualitas yang digunakan adalah metode *Quality Function Deployment* (QFD). Rumah kualitas atau *House Of Quality* (HOQ) merupakan salah satu cara untuk melakukan perbaikan kualitas dengan menggunakan metode QFD. Metode QFD merupakan alat yang digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi pelanggan. Berawal dari *customer needs* yang dihasilkan kemudian dilanjutkan kepada tahapan rekayasa yang merupakan alat untuk mengartikan atribut ke dalam tanggapan kepada teknis atau biasa disebut dengan respon teknis. HOQ dapat membantu menghubungkan kebutuhan dan preferensi pelanggan dengan karakteristik produk yang dihasilkan.

Beberapa kelebihan yang dimiliki oleh HOQ adalah dapat mengintegrasikan kebutuhan pelanggan, dapat memahami hubungan antar karakteristik, fokus terhadap mutu atau kualitas suatu produk, dan dapat mengambil keputusan secara informasional. Kepuasan pelanggan terhadap produk onde-onde terdapat dua yang atribut telah memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, yang terdiri dari dua atribut yaitu intrinsik dan ekstrinsik. Atribut intrinsik adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan sifat aktual produk, sedangkan atribut ekstrinsik adalah segala sesuatu yang diperoleh dari segala aspek eksternal produk, seperti nama merek, kemasan,

dan label (Wardani dan Maskur, 2022). Perbaikan kualitas juga dapat dilakukan dengan melakukan pengembangan produk. Seperti yang dilakukan oleh Utami (2019), pengembangan produk onde-onde dengan berbahan dasar ubi jalar ungu untuk menjadikan alternatif pengganti bahan baku utama. Selain itu Utami juga menuturkan bahwa dalam pengembangan produk tidak hanya fokus pada kualitas produk namun juga mempertimbangkan aspek selera konsumen. Perbaikan kualitas tidak hanya berfokus pada konsistensi bahan baku yang digunakan. Namun juga dapat melakukan perbaikan kualitas melalui diversifikasi bahan yang digunakan.

Metode QFD yang digunakan tentunya memiliki kekurangan dan kelebihan. Menurut Prasetyo (2018), kelebihan metode QFD adalah dapat merancang produk dengan spesifikasi teknis yang lebih detail dari spesifikasi sistem, subsistem hingga komponen lengkap dengan skala kepentingannya masing-masing. Namun Metode QFD juga memiliki kekurangan yaitu hanya dapat menyediakan satu nilai target matriks saja yang tentunya lebih sulit dicapai oleh perancang. Sistem yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu struktur yang terdiri dari beberapa komponen yang saling berhubungan untuk mencapai tujuan yang diharapkan seperti identifikasi kebutuhan pelanggan, matriks QFD, dan pengembangan atau perbaikan yang dilakukan. Sedangkan subsistem dalam penelitian ini adalah bagian dari sistem seperti tingkat kepentingan kebutuhan pelanggan, penentuan nilai prioritas perbaikan, dan hubungan antar matriks. Berdasarkan latar belakang yang ada menunjukkan metode QFD merupakan metode yang tepat untuk dilakukan proses perbaikan kualitas produk onde-onde. Sehingga pada penelitian ini melakukan analisis terhadap perbaikan kualitas produk onde-onde pada UMKM XYZ menggunakan metode QFD. Melalui analisis menggunakan metode QFD diharapkan UMKM XYZ dapat berkembang sesuai dengan keinginan konsumen dan mampu bersaing dengan kompetitor lain.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah yang ada pada penelitian ini adalah:

1. Apa saja atribut terpenting yang diinginkan oleh pelanggan dalam perbaikan kualitas produk Onde-Onde XYZ dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment*?
2. Bagaimana menyusun rumah kualitas atau *House Of Quality* produk onde-onde?

3. Apa saja atribut kualitas yang perlu diperbaiki oleh Onde-Onde XYZ yang dibandingkan dengan kompetitor menggunakan metode *Quality Function Deployment*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas maka tujuan penelitian yang ada pada penelitian ini adalah:

1. Menentukan kebutuhan Pelanggan terhadap produk onde-onde dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment*.
2. Menyusun matriks *House Of Quality* produk onde-onde.
3. Menentukan atribut apa saja yang perlu diperbaiki dan apa strategi perbaikan produk berdasarkan prioritas atribut perbaikan dengan memperhatikan persyaratan teknis yang akan diterapkan oleh UMKM XYZ agar mampu bersaing dengan produk pesaing.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan manfaat yang ada pada penelitian ini adalah:

1. Memberikan informasi terkait atribut terpenting yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dalam melakukan perbaikan kualitas produk Onde-Onde XYZ Mojokerto.
2. Memberikan alternatif rancangan perbaikan kualitas Onde-Onde XYZ Mojokerto dengan mengikuti persaingan pasar.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah terdapat masalah yang perlu dikaji dan diteliti. Namun agar penelitian efektif dan juga mencegah meluasnya permasalahan maka terdapat batasan ruang lingkup penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Metode QFD yang digunakan hanya sampai pada HOQ level 1.
2. Penelitian tidak membahas permasalahan finansial