

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengembangan produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan oleh pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi, dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan sesuai dengan perkembangan zaman. Pengembangan produk ini merupakan strategi yang digunakan untuk mengembangkan perusahaan dengan menawarkan beberapa produk baru ke segmen pasar yang sekarang (Saribu & Maranatha, 2020). Tujuan pengembangan produk yaitu sebagai upaya dalam mengembangkan sebuah inovasi baru dalam rangka menambah keunggulan produk agar semakin diminati konsumen (Arohman, 2019).

Garam sehat merupakan garam yang memiliki kandungan Natrium rendah sebesar 60% dan kandungan Kalium sebesar 40%. Garam sehat memiliki manfaat mampu menurunkan terjadinya hipertensi. Kandungan natrium klorida (NaCl) yang terdapat pada garam sehat lebih rendah dibandingkan dengan garam konsumsi biasa. Garam konsumsi biasa memiliki kandungan NaCl > 80% serta senyawa lainnya seperti magnesium klorida, magnesium sulfat, kalsium klorida, dan lain-lain (Redjeki *et al.*, 2020). Jenis-jenis garam sehat yang tersebar di masyarakat diantaranya adalah garam lososa dengan kandungan natrium sebesar 290 mg/1,2 gram dan garam nutrisalin dengan kandungan natrium sebesar 19% (Salman *et al.*, 2019) Salah satu produk baru garam sehat yang sedang dikembangkan saat ini yaitu garam alur (*Suaeda maritima*).

Garam alur merupakan salah satu produk baru garam sehat yang terbuat dari tumbuhan alur (*Suaeda Maritima*). Garam alur diproduksi melalui beberapa tahapan seperti proses sortasi, pengeringan, penghalusan, perebusan, pelarutan dengan air, penyaringan, dan pengendapan (Nabilah, 2022). Menurut Lestari (2023) Garam sehat alur memiliki kandungan NaCl sebesar 6,625%; salinitas 3,006%; mineral Mg 1.126,83 ppm; mineral Fe 0,143 ppm; dan vitamin A 1.396 µg/g. Pengembangan produk garam sehat perlu dilakukan sebagai upaya tuntunan kebutuhan konsumen untuk hidup sehat. Dengan adanya pengembangan produk baru garam alur diharapkan mampu memenuhi kebutuhan konsumen dalam menjaga dan mengurangi terjadinya permasalahan yang terjadi pada tubuh manusia. 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 pengembangan kualitas untuk meminimalkan biaya produksi (Zein *et al.*, 2021) sementara metode QFD berfokus pada pengembangan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Maka dari itu metode QFD dipilih dalam penelitian ini. *Quality Function Deploiment* (QFD) merupakan salah satu alternatif untuk perencanaan dan pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan serta keinginan konsumen. Metode QFD dipilih karena mampu menerjemahkan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen (Eka, 2018). Dalam penelitian ini produk yang akan dibandingkan adalah produk garam alur dengan produk garam lososa. Pemilihan garam lososa sebagai perbandingan dikarenakan garam lososa merupakan garam sehat yang memiliki kandungan NaCl rendah yang telah tersebar luas di pasar dan telah banyak dikonsumsi masyarakat.

Penerapan metode *Quality Function Deploiment* (QFD) dalam mengembangkan produk baru telah dilakukan oleh beberapa peneliti . Penelitian (Maligan *et al.*, 2020) membahas tentang pengembangan produk baru kopi premium. Penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa untuk memenuhi kebutuhan konsumen, produsen perlu melakukan pelatihan operator sesuai instruksi kerja, kontrol pasca panen, dan durasi penyangraian. Penelitian Suartika *et al.*, (2014) tentang pengembangan produk baru kursi sudut menghasilkan kesimpulan bahwa konsumen memilih desain baru untuk dikembangkan dengan melakukan perbaikan terhadap warna produk. Perancangan dan pengembangan produk helm yang diteliti oleh Wahyuni *et al.*, (2020) diperoleh hasil bahwa kebutuhan konsumen terhadap produk helm terdiri dari beberapa atribut berbentuk *full face*, helm berbentuk *flip up*, dan bahan tempurung helm ringan. Penelitian Ruiz *et al.*, (2015) mengenai peningkatan kualitas produk baru kripik sambal stroberi pada umkm menghasilkan atribut-atribut yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap produk tersebut. Kemudian penelitian perencanaan produk baru olahan wortel oleh Ekawati, (2017) menghasilkan sebelas atribut kebutuhan konsumen yang terbagi dalam enam atribut dalam segi produk dan lima atribut dalam segi kemasan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Atribut kebutuhan konsumen apa saja yang memiliki nilai bobot tertinggi dalam proses pengembangan produk menggunakan metode QFD?
2. Apa saja atribut yang menjadi prioritas dalam perancangan persyaratan teknis?

1.3 Tujuan

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dibuat, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis atribut kebutuhan konsumen yang memiliki nilai bobot tertinggi dalam proses pengembangan produk menggunakan metode QFD.
2. Menguraikan persyaratan teknis yang menjadi prioritas dalam penciptaan produk garam alur.

1.4 Manfaat

Manfaat yang akan diperoleh dalam penelitian ini yaitu:

1. Sebagai bahan informasi bagi masyarakat agar dapat meningkatkan dan mengembangkan produk garam alur
2. Mampu mendorong masyarakat untuk selalu berinovasi dan mengembangkan Sumber Daya Alam disekitar yang melimpah.