

I. PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Kecap merupakan salah satu bahan makanan yang tidak asing bagi masyarakat Indonesia, sebab hampir setiap rumah tangga menggunakannya. Kecap kedelai adalah produk cair yang diperoleh dari hasil fermentasi dan atau cara kimia (hidrolisis) kacang kedelai dengan atau tanpa penambahan bahan makanan lain dan tambahan makanan yang diizinkan. Kecap manis mempunyai tekstur kental, berwarna coklat kehitaman-hitaman, mudah diperoleh, dan memiliki masa simpan yang relatif lama. Kecap manis sebagai salah satu bumbu masak secara umum berfungsi sebagai penyedap rasa masakan. Kecap yang beredar di pasaran, umumnya dibuat dari kacang kedelai kuning atau hitam (Tika. 2008).

Jumlah konsumen kecap yang setiap harinya selalu bertambah, khususnya di daerah Madura yang terkenal dengan ikon “sate” menggunakan kecap sebagai bahan tambahan yang mutlak ada pada produk tersebut. Tidak hanya pada penjual sate saja, banyak konsumen yang mengkonsumsi dan menggunakan kecap sebagai bahan dasar atau bahan tambahan dari suatu makanan, sehingga produksi kecap semakin meningkat pula. Banyaknya produk kecap yang beredar di pasaran membuat konsumen merasa ragu akan mutu yang ada pada produk kecap tersebut. Setiap industri memiliki strategi yang berbeda untuk meningkatkan mutu produk yang di buatnya, karena mutu merupakan gambaran bagaimana karakteristik produk dengan standar yang ditetapkan oleh perusahaan berdasarkan syarat, kebutuhan dan keinginan konsumen. Syarat, kebutuhan dan keinginan konsumen sangatlah penting, karena strategi ini dapat meningkatkan mutu suatu produk sekaligus sebagai alat pemasaran yang paling cepat, karena semakin puasny suatu pelanggan terhadap suatu produk dapat menyebabkan persaingan antar industri semakin ketat, maka hal pertama yang harus dilakukan adalah meningkatkan mutu produk tersebut.

Industri akan dapat bertahan jika dapat menghasilkan produk yang bermutu dan memenuhi keinginan pelanggan. Di Madura terdapat industri Kecap Cap Buah Apel yang tingkat pemasarannya cukup luas akan tetapi pemasaran atau perluasan produk

tersebut tidak merata. Hal ini bisa saja disebabkan oleh mutu kecap di UD. Kecap Cap Buah Apel yang beberapa standar mutunya tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Agar UD. Kecap Cap Buah Apel dapat bertahan maka perusahaan harus mengutamakan keinginan konsumen demi mendapatkan pengembangan kualitas produk kecap tersebut.

Keinginan konsumen dapat dilakukan dengan beberapa cara. Mulai dari pendapat keinginan konsumen, membandingkan dengan kriteria yang ada di perusahaan sampai dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD). Beberapa cara dapat dilakukan perusahaan untuk mengetahui dan memahami persepsi pelanggan terhadap produk yang diberikan. Pihak perusahaan diharapkan dapat memperbaiki produknya, sehingga dapat dirancang dan dikembangkan produk kecap dengan mutu yang baik dan memenuhi keinginan pelanggan. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengetahui keinginan konsumen adalah dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) pada produk kecap. Keinginan konsumen ini selanjutnya akan diterjemahkan dalam persyaratan teknik yang dapat digunakan untuk memperbaiki mutu produk agar dapat memenuhi persyaratan pelanggan (Hepi 2009).

Penerapan metode QFD dalam pengembangan produk kecap diawali dengan pembentukan matriks rumah kualitas atau sering disebut *House of Quality* (HOQ). Matriks ini menerjemahkan apa yang diinginkan konsumen menjadi apa yang dihasilkan organisasi sehingga produk yang dihasilkan akan dapat memenuhi keinginan konsumen (Hepi 2009).

Adanya pesaing terberat dari UD. Kecap Cap Buah Apel dapat mempengaruhi omset dari suatu perusahaan. Pesaing terberat dari UD. Kecap Cap Buah Apel adalah UD. Kecap Cap Salak dan CV. Subur Jaya Abadi. Berdasarkan survei awal penelitian, pemasaran produk UD. Kecap Cap Salak dan CV. Subur Jaya Abadi lebih besar dibandingkan UD. Kecap Cap Buah Apel. Hal ini dapat dilihat dari pemasaran yang dilakukan oleh UD. Kecap Cap Salak dan CV. Subur Jaya Abadi lebih besar dari pada UD. Kecap Cap Buah Apel karena dalam setiap wilayah Madura khususnya Bangkalan lebih mudah ditemui produk - produk pesaing. Pemasaran yang dilakukan oleh produk pesaing lebih luas dibandingkan produk di UD. Kecap

Cap Buah Apel. Semakin luas pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan maka produk tersebut cenderung lebih diminati oleh konsumen, karena dapat memenuhi keinginan pelanggan. Omset penjualan Kecap Cap Apel saat ini belum tinggi. Hal ini dimungkinkan karena belum dapat memenuhi keinginan pelanggan, untuk memenuhi keinginan pelanggan dapat dilakukan beberapa cara perbaikan terhadap produk, salah satunya yaitu dengan memperbaiki mutu suatu produk, agar dapat memenuhi harapan pelanggan.

Beberapa metode dapat digunakan untuk memperbaiki mutu suatu produk, salah satunya adalah QFD (*Quality Function Deployment*). Karena dengan menggunakan metode QFD dapat diketahui faktor apa saja yang mempengaruhi mutu sebuah produk dan dapat memperbaiki mutu yang ada pada produk tersebut sesuai dengan keinginan pelanggan. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian tentang penerapan metode QFD untuk menganalisis perbaikan mutu produk kecap Cap Buah Apel, agar dapat memenuhi harapan pelanggan.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apa saja persyaratan pelanggan dan persyaratan teknik UD. Kecap Cap Buah Apel ?
2. Bagaimana mengevaluasi persyaratan pelanggan dan persyaratan teknik dengan penerapan *Quality Function Deployment* (QFD) dalam usaha memperbaiki kualitas produk kecap di UD. Kecap Cap Buah Apel ?
3. Mengevaluasi matriks *House of Quality* mengenai prioritas pada UD. Kecap Cap Buah Apel?

1.3. TUJUAN

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apa saja persyaratan pelanggan dan persyaratan teknik UD. Kecap Cap Buah Apel.
2. Untuk mengevaluasi persyaratan pelanggan dan persyaratan teknik dengan penerapan *Quality Function Deployment* (QFD) dalam usaha memperbaiki kualitas produk kecap di UD. Kecap Cap Buah Apel.

3. Untuk memperoleh evaluasi hasil matriks *House of Quality* UD. Kecap Cap Buah Apel.

1.4. MANFAAT

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Mendapatkan saran-saran yang dapat menjadi pertimbangan kebijakan perusahaan dalam melakukan pengembangan mutu suatu produk yang dihasilkan.
2. Menambah jaringan kerja sama antara universitas dengan pihak industri.