

**ANALISIS PRODUK MAKANAN MENGGUNAKAN
PENDEKATAN *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT*
(QFD)**

(STUDI KASUS RUMAH BROWNIES MAYLISA BANYUMANIK)



SKRIPSI

Disusun sebagai salah satu syarat untuk
menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada
Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :

INDRA PAMUKTI
12010111130190

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2017

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Indra Pamukti
Nomor Induk Mahasiswa : 12010111130190
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PRODUK MAKANAN
MENGUNAKAN PENDEKATAN *QUALITY
FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD) (STUDI
KASUS RUMAH BROWNIES MAYLISA
BANYUMANIK)**
Dosen Pembimbing :Drs. Bambang Munas Dwiyanto, Dipl. Comm, MM

Semarang, 27 November 2017
Dosen Pembimbing

Drs. Bambang Munas Dwiyanto, Dipl.
Comm, MM
NIP. 19580906 198703 1001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Indra Pamukti
Nomor Induk Mahasiswa : 12010111130190
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PRODUK MAKANAN
MENGUNAKAN PENDEKATAN *QUALITY
FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)* (STUDI
KASUS RUMAH BROWNIES MAYLISA
BANYUMANIK)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 08 Desember 2017

Tim Penguji

1. Drs. B. Munas Dwiyanto, Dip.Com, MM ()
2. Dr. Retno Hidayati, MM ()
3. Drs. Budi Sudaryanto, MT ()

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya, Indra Pamukti, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **Analisis Produk Makanan Menggunakan Pendekatan *Quality Function Deployment (QFD)* (Studi Kasus Rumah Brownies Maylisa Banyumanik)** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemungkinan terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 27 November 2017
Yang membuat pernyataan

Indra Pamukti
NIM. 12010111130190

ABSTRAK

Permasalahan yang terjadi pada Rumah Brownies Maylisa adalah penurunan penjualan oleh-oleh yang terlihat dari penurunan penjualan brownies kukus pada tahun 2016. Hal ini dapat terjadi karena diduga persaingan industry makanan untuk oleh-oleh mulai berkembang dengan banyaknya produk selebritis yang saat ini mulai masuk kota Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk dari Rumah Brownies Maylisa dalam menghadapi persaingan.

Sampel penelitian adalah 30 pelanggan Rumah Brownies Maylisa. Data yang digunakan diperoleh melalui kuesioner dan wawancara langsung. Analisis data dengan analisis deskriptif. Berdasarkan HOQ dibuat analisis QFD untuk meningkatkan kualitas.

Temuan hasil penelitian adalah tingkat kepuasan pelanggan yang masuk kategori tinggi. Namun masih terdapat perbedaan dengan tingkat harapan dari produk Rumah Brownies Maylisa, dapat terlihat untuk masing-masing atribut, selisih antara kepuasan dengan harapan pelanggan yang didapatkan masih bernilai negatif. Prioritas utama berdasarkan hasil penentuan prioritas target, yang harus menjadi perhatian adalah keunikan produk browniesnya, kemudian kompetitivitas harga dan disusul oleh menggunakan pewarna alami.

Kata kunci: brownies, kualitas produk, QFD, HOQ

ABSTRACT

The problem that happened at Brownies Maylisa House was the decrease of sales of souvenir seen from the decrease of brownie steamed sales in 2016. This could happen because allegedly competition of food industry for souvenir start to grow with the number of celebrity product which is currently starting to enter Semarang city . This study aims to improve the quality of products from Rumah Brownies Maylisa in the face of competition.

The sample of the research was 30 customers of Brownies Maylisa House. The data used were obtained through questionnaires and direct interviews. Data analysis with descriptive analysis. Based on HOQ made QFD analysis to improve quality.

The findings of the research are the high level of customer satisfaction. But there is still difference with expectation level of Brownies Maylisa House product, can be seen for each attribute, difference between satisfaction with customer expectation got still negative value. The main priority based on the target priority setting, which should be the attention is the uniqueness of brownies products, then the competitiveness of prices and followed by using natural dyes.

Keywords : brownies, product quality, QFD, HOQ

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan karunianya kepada kita bersama dan khususnya bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis ini. Tesis ini diberi judul “**Analisis Produk Makanan Menggunakan Pendekatan *Quality Function Deployment (QFD)* (Studi Kasus Rumah Brownies Maylisa Banyumanik)**”

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam mencapai derajat sarjana pada Universitas Diponegoro Semarang. Penulis menyadari bahwa terselesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, petunjuk, dan saran dari semua pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini khususnya kepada:

1. Dr. Suharnomo, SE., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
2. Drs. Bambang Munas Dwiyanto, Dipl. Comm, MM Selaku Dosen pembimbing atas waktu yang telah diluangkan untuk bimbingan, arahan, petunjuk, dan nasehat dalam proses pembuatan skripsi hingga selesai
3. Drs. Prasetiono M.Si. selaku Dosen wali atas bimbingan dan nasehat dan ilmu - ilmu yang bermanfaat.
4. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan bekal ilmu dan pengalaman yang bermanfaat.
5. Terimakasih Papah dan Mamah tercinta atas doa, kasih sayang, pengorbanan, motivasi, bimbingan, nasehat, bekal ilmu hidup, dan segalanya sampai aku bisa melewati segala rintangan hidup dengan tenang dan percaya diri. Meskipun aku seperti tidak mendengarkan kalian tapi sesungguhnya aku memperhatikan dan mencoba menerapkan semuanya.
6. Untuk Berlinda Utami Putri, terimakasih telah memberi semangat dan pengertian selama ini.

7. Terimakasih Sandy, Agvi, Nico, Yogi, Eng, Grup Panitia Rasan-rasan yang mendukungu untuk menyelesaikan tugas akhir serta para manusia spesial geng Nyenyek yaitu Faiz, Nanang, Arleo, Irsas, Pranggih, Ray Zees, Hafiz, Inug, Ega, Sata, Hanggar, mas Doni, mas Davis, dan Nopi yang selalu menggangguku saat mengerjakan skripsi hingga ndak selesai - selesai.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat di sebutkan satu-persatu, semoga Allah SWT memberikan balasan atas semua kebaikan dengan yang lebih baik.

Demikian penyusunan skripsi ini tidak lepas adanya kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan masukan guna perbaikan selanjutnya serta semoga bermanfaat

Semarang, 27 November 2017
Yang membuat pernyataan

Indra Pamukti
NIM. 12010111130190

MOTO DAN PERSEMABAHAN

“Bagaimana aku akan takut dengan kemiskinan, sedang aku adalah hamba dari yang Maha Kaya”

(Pedagang Pisang dari Timur Tengah)

“Kita tidak sama, kita kerja sama!”

(Jokowi, Presiden NKRI)

Persembahan

- Papah Fatahilah
- Mamah Herniah
- Mbak Uli Dek Aji
- Keluarga Besar Mbah Har
- Berlinda
- Teman – teman dan sahabat terbaikku.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Metode Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Inovasi Produk.....	11
2.1.1 Pengertian Inovasi Produk.....	11
2.1.2 Tahapan Inovasi Produk	13
2.2 Kualitas.....	20
2.3 Konsumen.....	22
2.3.1 Harapan Pelanggan	22
2.3.2 Jenis Harapan Pelanggan	23

2.4	Pandangan Tradisional dan Modern Terhadap Aplikasi Konsep Kualitas.....	24
2.5	<i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	26
2.5.1	Definisi QFD	26
2.5.2	Tahap-tahap Implementasi <i>Quality Function Deployment</i> ..	29
2.5.3	Matriks <i>House of Quality (HOQ)</i>	30
2.6	Penelitian Terdahulu	37
2.7	Kerangka Pemikiran	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		43
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	43
3.2	Populasi dan Sampel	44
3.3	Jenis dan Sumber Data	45
3.4	Metode Pengumpulan Data	45
3.5	Metode Analisis dan Alat Analisis.....	46
3.5.1	Validitas dan Reliabilitas	46
3.5.2	Analisis Deskriptif	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		50
4.1	Karakteristik Responden	50
4.1.1	Jenis Kelamin Responden.....	50
4.1.2	Usia Responden	50
4.1.3	Frekuensi Pembelian.....	51
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	51
4.2.1	Uji Validitas	51
4.2.2	Uji Reliabilitas	53
4.3	Analisis Deskripsi Variabel.....	54
4.3.1	Persepsi Tingkat Harapan	56
4.3.2	Persepsi Tingkat Kepuasan.....	57
4.3.3	Nilai Kesenjangan antara Kepuasan dengan Harapan Pelanggan	59

4.3.4 Tingkat Kepentingan Indikator.....	61
4.4 Matriks <i>House of Quality</i> (HOQ).....	63
4.4.1 Penentuan Kebutuhan Konsumen (<i>Whats</i>)	63
4.4.2 Penentuan Tingkat Kepentingan Konsumen	63
4.4.3 Penentuan <i>Technical Descriptor</i> (<i>Hows</i>).....	64
4.4.4 Penentuan Nilai Target (<i>Goal</i>).....	64
4.4.5 Penentuan Rasio Perbaikan Konsumen (<i>Improvement Ratio</i>)	65
4.4.6 Penentuan Tingkat Kesulitan Pencapaian <i>Hows</i>	67
4.4.7 Penentuan hubungan <i>Hows dan Whats</i> (<i>Roof</i>).....	68
4.4.8 Penentuan <i>Benchmarking</i> (<i>Competitive Analysis</i>).....	68
4.4.9 Penentuan Prioritas Target (<i>Relative Weight</i>).....	70
4.5 Pembahasan.....	71
4.5.1 Penerapan Metode <i>Quality Function Deployment</i> (QFD) Pada Rencana Peningkatan Kualitas Produk Rumah Brownies Maylisa	71
4.5.2 Matriks <i>House of Quality</i> (HOQ) Dalam Penerapan Metode <i>Quality Function Deployment</i> (QFD) Pada Rencana Peningkatan Kualitas Produk Rumah Brownies Maylisa	72
BAB V PENUTUP.....	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Keterbatasan Penelitian	77
5.3 Implikasi Manajerial	77
5.4 Agenda Penelitian Mendatang	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN 1	
LAMPIRAN 2	
LAMPIRAN 3	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Brownies Kukus Rumah Brownies Maylisa Banyumanik Periode Juli 2015 – April 2016.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1 Definisi Operasional	42
Tabel 3.2 Kriteria Pencapaian	49
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	50
Tabel 4.2 Usia Responden.....	50
Tabel 4.3 Lama Menjadi Pelanggan	51
Tabel 4.4 Uji Validitas Indikator Persepsi Kepuasan	52
Tabel 4.5 Uji Validitas Indikator Persepsi Harapan.....	52
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.7 Kriteria Pencapaian	55
Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif.....	55
Tabel 4.9 Kriteria Pencapaian	56
Tabel 4.10 Tingkat Pencapaian	56
Tabel 4.11 Kriteria Pencapaian	58
Tabel 4.12 Tingkat Pencapaian	58
Tabel 4.13 Nilai Kesenjangan antara Kepuasan dengan Harapan Pelanggan..	59
Tabel 4.14 Ranking Ketidakpuasan	60
Tabel 4.15 Definisi Operasional	63
Tabel 4.16 Penentuan Goal	65
Tabel 4.17 <i>Improvement Ratio</i>	66
Tabel 4.18 Penentuan Goal	67
Tabel 4.19 <i>Competitive Analysis</i>	69
Tabel 4.20 Penentuan Prioritas Target	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Inovasi.....	14
Gambar 2.2 <i>House of Quality</i> (HOQ)	32
Gambar 2.3 Model Kerangka Pemikiran Teoritis	42
Gambar 4.1 Tingkat Harapan.....	57
Gambar 4.2 Tingkat Kepuasan.....	59
Gambar 4.3 Diagram Kartesius.....	62
Gambar 4.4 Penerapan <i>House of Quality</i> (HOQ)	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Data Pendukung Lainnya

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor pangan merupakan salah satu penyumbang pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Hal ini dapat dinilai melalui peningkatan jumlah industri pangan yang terus meningkat dan inovatif. Peningkatan yang cukup mencolok di tahun terakhir adalah di sektor pangan olahan roti sebagai oleh - oleh. Hal ini dapat diketahui dari peningkatan penjualan makanan sebagai oleh-oleh di sejumlah daerah di Indonesia antara lain di Yogyakarta dengan makanan khas yaitu roti berbahan dasar singkong yang penjualannya meningkat 33% dari tahun sebelumnya (<http://www.antaraneews.com/berita/637643/penjualan-makanan-khas-yogyakarta-naik-30-persen>). Selain di Yogyakarta, penjualan makanan sebagai oleh-oleh juga mengalami peningkatan di Kota Semarang, dimana penjualan oleh-oleh tersebut meningkat dua kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya (<https://ekbis.sindonews.com/read/887778/34/penjualan-oleh-oleh-khas-semarang-naik-dua-kali-lipat-1407072442>).

Oleh – oleh merupakan salah satu budaya yang sangat kental di Indonesia. Budaya oleh – oleh dapat dikaitkan dengan budaya silaturahmi yang ada pada periode tertentu seperti hari besar di Indonesia, sehingga akan dianggap aneh dan tidak etis apabila bersilaturahmi ke keluarga atau kerabat jauh dan tidak membawa oleh – oleh satu pun. Fenomena ini merupakan suatu peluang bisnis yang sangat

besar apabila dipandang dari sisi pelaku bisnis terutama pelaku bisnis makanan sebagai oleh-oleh.

Salah satu perusahaan yang menawarkan produk oleh – oleh berupa roti yang khas adalah Rumah Brownies Maylisa. Rumah brownies dirintis tahun sekitar 1999-2000. Pada awalnya bernama Essy Brownies yang berawal bisnis dari kakak beradik yang memiliki hobi membuat roti. Pada tahun 2006 kakak beradik tersebut yang sebelumnya tergabung dalam Essy Brownies memutuskan untuk berpisah dan mendirikan sebuah rumah produksi baru dengan nama Rumah Brownies Maylisa dengan differensiasi pada rasa dan varian brownies. Setelah memiliki outlet Rumah Brownies Maylisa memutuskan untuk menitik beratkan dropbox pada outletnya dan menyeleksi reseller yang kurang memiliki potensi dan merubah system menjadi system putus, lalu mengembangkan pemasaran lagi dari satu outlet tersebut mempunyai anak cabang outlet dan untuk meningkatkan kapasitas penjualan. Produk - produk yang menjadi unggulan dari Rumah Brownies Maylisa Banyumanik ini adalah Brownies kukus, Brownies oven, Brownies marmer dan Brownies blondie. Permasalahan yang terjadi adalah adanya fenomena penurunan penjualan yang diakibatkan menurunnya jumlah pelanggan selama tahun 2016. Penjualan yang paling banyak dari Rumah Brownies Maylisa adalah pada Brownies Kukus. Sehingga penurunan yang paling besar juga ada pada produk Brownies Kukus. Penurunan tersebut dapat dilihat dari data berikut:

Tabel 1.1
Data Penjualan Brownies Kukus Rumah Brownies Maylisa Banyumanik
Periode Juli 2015 – April 2016

Periode	Penjualan (kotak)	Brownies Kukus (kotak)	Omset Brownies Kukus (Rp)
Juli 2015	826	306	8,557,360
Agustus 2015	859	318	8,899,240

Periode	Penjualan (kotak)	Brownies Kukus (kotak)	Omset Brownies Kukus (Rp)
September 2015	813	301	8,422,680
Oktober 2015	788	292	8,163,680
November 2015	731	270	7,573,160
Desember 2015	749	277	7,759,640
Januari 2016	705	261	7,303,800
Februari 2016	688	255	7,127,680
Maret 2016	657	243	6,806,520
April 2016	633	234	6,557,880

Sumber : Rumah Brownies Maylisa Banyumanik, 2016

Permasalahan yang terjadi pada Rumah Brownies Maylisa adalah penurunan penjualan brownies kukus yang merupakan produk langganan dari Rumah Brownies Maylisa. Adanya penurunan ini diduga terjadi akibat faktor persaingan antara lain dari banyaknya produk makanan sebagai oleh-oleh yang diproduksi oleh para selebritis dan saat ini pemasarannya telah mencapai Semarang. Adanya peluang dari industry makanan sebagai oleh-oleh dimanfaatkan oleh beberapa artis tersebut untuk membuat produk untuk dijadikan oleh – oleh yang khas. Meski tak semua produk ini memiliki khas kuliner Indonesia karena dipengaruhi oleh budaya barat, namun tidak sedikit konsumen yang tertarik untuk mencicipi dan dijadikan oleh – oleh bagi keluarga atau kerabat. Hal ini dikarenakan beberapa faktor – faktor produk yaitu kemasan produk yang menarik, olahan roti yang inovatif dan pengaruh dari ketenaran tokoh masyarakat itu sendiri. Adanya permasalahan pada Rumah Brownies Maylisa akibat penurunan brownies kukus andalannya dan persaingan yang semakin ketat perlu diteliti untuk mengetahui tentang kualitas produk brownies kukus Rumah Brownies Maylisa dibandingkan dengan produk-produk buatan selebritis lainnya.

Product Quality (Kualitas Produk) merupakan hal mutlak yang harus di terapkan oleh setiap pelaku industri pangan agar dapat menjaga standar kualitas yang ditawarkan kepada konsumen. Melalui standar kualitas produk, pengelola

industri pangan dapat memahami ekspektasi konsumen. Melalui pendekatan yang tepat pengelola industri dapat memahami kualitas aspek yang diprioritaskan oleh konsumen dan seberapa penting aspek tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen atas produ sehingga pemahaman tersebut dapat dimanfaatkan sebagai peningkatan kualitas produk. Pengkombinasian sudut pandang pengelola industri dengan kebutuhan konsumen memungkinkan pengelola dapat merancang Kualitas Produk yang lebih komprehensif

Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan, perusahaan harus dapat mengupayakan kontrol guna mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas produk. Untuk melakukan upaya tersebut elemen produksi merupakan salah satu aspek yang harus diperhatikan. Pengukuran terhadap kinerja produksi merupakan faktor utama dalam kesuksesan proses produksi. Menurut Crosby (1994) produk yang berkualitas merupakan standarisasi dari keinginan konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus mampu menciptakan produk – produk yang sesuai dengan spesifikasi tersebut agar perusahaan tetap dapat mempertahankan eksistensinya dalam memproduksi produk guna mendapatkan keuntungan. Kemampuan produk dalam memenuhi keinginan konsumen salah satunya dapat dinilai melalui tingkat hasil akhir yang baik yang diindikasikan adanya produk cacat eksternal.

Oakland (1993) menyatakan bahwa faktor yang sangat penting dan menentukan sukses atau tidaknya adalah kualitas (*quality*), keandalan (*reliability*), harga (*cost*), dan pengiriman (*delivery*). Dari keempat faktor tersebut, kualitas adalah faktor yang paling penting. Ketika suatu perusahaan fokus terhadap kualitas, maka akan terjadi peningkatan kinerja dalam hal *reliability*, *delivery*, dan *cost*

seiring dengan meningkatnya kualitas. Kualitas menjadi kunci utama dalam memenangkan persaingan dalam bidang kerja apapun. Kualitas juga memiliki peranan yang besar dalam menentukan reputasi suatu perusahaan. Ketika suatu perusahaan dikenal dengan reputasi kualitas produk atau jasa yang buruk, maka akan sulit untuk menghilangkan reputasi tersebut.

Implementasi *Quality Function Deployment* (QFD) dapat membantu industri pangan dalam melakukan desain Kualitas Produknya. QFD merupakan proses menentukan suara konsumen (“*what*”) dan menerjemahkannya ke dalam suara perusahaan (“*how*”), terkait cara keinginan konsumen tersebut dapat dipenuhi oleh perusahaan (Heizer & Render, 2011). Proses implementasi QFD dapat dilakukan dengan menggunakan alat design kualitas yaitu *House of Quality* (HOQ).

Penelitian QFD oleh Maulida, R., Gunadhi, K., Priyatna, N. (2014) pada perusahaan Koperasi Peternak Garut Selatan (KPGS), yang dilakukan adalah melakukan perancangan produk dan kemasan permen caramel susu yang di produksi oleh KPGS. Masalah yang muncul adalah perlu dilakukan pengembangan dan inovasi produk yang befokus terhadap keinginan pelanggan untuk dapat bersaing dengan produk kompetitor. Tujuan penelitian adalah mendapatkan desain kemasan dan mutu produk permen yang sesuai dengan keinginan pelanggan yang diharapkan akan meningkatkan produktivitas usaha. Berdasarkan permasalahan tersebut akan dilakukan perancangan dan pengembangan produk permen caramel susu dengan menggunakan model QFD (*Quality Function Deployment*). Dari hasil analisa diketahui bahwa pengembangan produk yang perlu dilakukan adalah

menambah variasi rasa pada isi produk, penggunaan kemasan yang menarik, dan terdapat label halal pada kemasan.

Sedangkan penelitian yang dilakukan Ribkha (2005) Penelitian ini bertujuan untuk membantu memperbaiki tahap penyaringan ide produk di tim Peppro *TELKOM RisTI*. Perbaikan dilakukan dengan mengusulkan QFD sebagai piranti baru yang memberdayakan aplikasi ergonomi partisipasi. Dengan ergonomi partisipasi diharapkan anggota tim Peppro dapat lebih berpartisipasi untuk menghasilkan ide produk yang dapat memenuhi kebutuhan/keinginan konsumen. Efektivitas QFD sebagai piranti baru perlu dibandingkan dengan efektivitas piranti yang ada saat ini, yaitu Standar Proses Pengembangan Produk Jasa Baru Telkom (STARPro), untuk mengetahui piranti mana yang lebih efektif dalam mendorong anggota tim Peppro untuk berpartisipasi mengintegrasikan aspek ergonomi ke dalam proses perancangan/pengembangan produk. Perbandingan efektivitas diukur dengan perbandingan skor partisipasi karyawan saat mengembangkan produk dengan STARPro dan dengan QFD. QFD diujicobakan pada proses pengembangan produk *TELKOM Video Conference Basis IP*. Produk ini dikembangkan oleh tim pengembang produk (Peppro) *TELKOM RisTI* dan telah melewati Tahap Ide Pengembangan Produk dengan menggunakan STARPro. *Voice of Customer* (VoC) yang digunakan untuk pengembangan produk dengan kedua jenis piranti adalah sama. Anggota tim Peppro melakukan banyak *brainstorming* untuk menentukan VoC yang layak untuk dievaluasi menjadi konsep produk. Skor partisipasi anggota tim Peppro diukur untuk proses pengembangan produk menggunakan STARPro dan menggunakan QFD. Analisis perbandingan kedua piranti ini adalah pada hasil

perancangan dan pada tingkat partisipasi karyawan saat menggunakan kedua jenis piranti.

Hasil perancangan menunjukkan kontradiksi antara STARPro dan QFD. VoC yang dikembangkan menjadi variasi produk pada STARPro ternyata tidak ikut dipertimbangkan dalam *House of Quality* QFD. Kontradiksi ini terjadi mungkin akibat tidak terlibatnya *end-user* dalam tim Peppro, sehingga VoC yang dievaluasi bukanlah VoC yang mewakili kebutuhan/keinginan konsumen. Pengolahan data statistik dan uji perbandingan rata-rata skor partisipasi pada tim Peppro yang merancang dengan QFD dan dengan STARPro, menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara tingkat partisipasi karyawan sebelum dan sesudah menggunakan QFD. Hal ini juga ditunjukkan oleh ketiadaan perbedaan signifikan antara kedua sampel untuk skor faktor keterlibatan mental dan emosional, skor faktor motivasi untuk berkontribusi, dan skor faktor penerimaan tanggung jawab. Efektivitas QFD sebagai piranti perancangan/pengembangan produk perlu diukur di organisasi lain, untuk melihat kemampuaplikasian hasil penelitian ini.

Pemanfaatan QFD dalam proses perancangan produk tidak selalu memberikan pengaruh signifikan kepada pihak pengelola mengenai aspek – aspek yang diprioritaskan oleh pihak konsumen dan perlu ditindak lanjuti oleh pihak pengelola. Oleh karena itu diperlukan penelitian lebih lanjut dengan harapan mampu menjelaskan signifikansi pemanfaatan QFD dalam proses perancangan produk.

Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan di atas diharapkan dapat menjadi panduan bagi pihak pengelola industri dalam meningkatkan tingkat kepuasan

konsumen terhadap produk Rumah Brownies Maylisa. Maka peneliti memutuskan untuk mengambil penelitian dengan judul : “ANALISIS PRODUK MAKANAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD) (STUDI KASUS RUMAH BROWNIES MAYLISA BANYUMANIK)”

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang terjadi pada Rumah Brownies Maylisa adalah penurunan penjualan oleh-oleh yang terlihat dari penurunan penjualan brownies kukus pada tahun 2016. Hal ini dapat terjadi karena diduga persaingan industry makanan untuk oleh-oleh mulai berkembang dengan banyaknya produk selebritis yang saat ini mulai masuk kota Semarang. Contoh perusahaan roti pesaing yang dimiliki oleh tokoh masyarakat yaitu : *Snowcake* (Zaskia Sungkar), *Princess Cake* (Syahrini), Makuta (Laudya Cynthia Bella), *Raincake* (Shireen Sungkar), Sultana (Indra Bekti).

Berdasarkan uraian latar belakang dan permasalahan diatas perlu dilakukan analisis untuk meningkatkan kualitas produksi pada brownies kukus dari Rumah Brownies Maylisa dengan menggunakan alat analisis *House of Quality* (HOQ). Sehingga mampu memberikan kepuasan lebih terhadap pelanggan dan meningkatkan keunggulan bersaing di dalam pasar yang serupa. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana terapan metode *Quality Function Deployment* (QFD) untuk mengupayakan peningkatan kualitas produk Rumah Brownies Maylisa Semarang?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penyusunan matriks *House Of Quality* (HOQ) sebagai alat analisis terapan metode *Quality Function Deployment* (QFD) untuk mengupayakan peningkatan kualitas produk Rumah Brownies Maylisa?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian berikut:

1. Mengetahui bentuk penerapan dari matriks *Quality Function Deployment* (QFD) untuk mengupayakan peningkatan kualitas suatu produk.
2. Mengetahui cara penyusunan matriks *House Of Quality* (HOQ) sebagai salah alat analisis metode *Quality Function Deployment* (QFD) dalam upaya meningkatkan kualitas produk.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat berikut:

1. Bagi perusahaan
Memberikan manfaat berupa solusi yang dikeluarkan dari hasil penelitian sebagai upaya meningkatkan kualitas produk Rumah Brownies Maylisa
2. Bagi pihak lain
Memberikan pengetahuan tentang bagaimana metode dalam mencari solusi sebagai upaya meningkatkan kualitas produk. Serta memberikan referensi

tambahan bagi pihak lain yang ingin mempelajari dan membuat penelitan lebih lanjut dengan metode yang serupa.

1.5 Metode Penulisan

Pembahasan pada penilitan dibagi menjadi 5 (lima) bab, yaiyu:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab tersebut menjelaskan dasar penelitan, latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian serta manfaatnya, dan metode penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab tersebut menjelaskan tentang pembahasan teoritis dan penelitian terdahulu yang meberikan dasar masalah sebagai refrensi untuk menganalisis masalah yang akan diteliti, serta penguraian kerangka pemikiran.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan secara sederhana menguraikan variabel penelitian, jenis penelitian, definisi secara operasional, penentuan sample, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan, hasil analisis data dan dilanjutkan pembahasannya

BAB V : PENUTUP

Dalam bab penutup ini menguraikan secara singkat kesimpulan penelitian dan saran yang disesuaikan dengan hasil akhir dari penelitian.