

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu sektor industri yang menjadi penopang perekonomian di Indonesia adalah Usaha, Kecil, dan Menengah atau UKM. UKM merupakan industri yang mendorong kesejahteraan masyarakat daerah yang dapat membantu masyarakat kecil untuk memperoleh pekerjaan dan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (Noviyani & Muid, 2019).

Industri pengolahan tempe tergolong dalam kategori industri mikro kecil dan menengah. Dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk dapat terus berkembang sehingga mampu menghadapi persaingan yang ada. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan meningkatkan kualitas atau mutu setiap produk dan apa yang lebih dibutuhkan oleh konsumen (Hadiat et al., 2019).

Tempe adalah salah satu makanan rakyat asli Indonesia yang mulai populer di dunia. Tempe merupakan makanan yang terbuat dari biji kedelai atau beberapa bahan lain yang diproses melalui fregmentasi dari apa yang secara umum dikenal dengan “ragi tempe”. Proses fregmentasi ragi pada kacang kedelai akan membuat gizi yang terkandung akan mudah diserap dan dicerna oleh tubuh manusia dibandingkan kacang kedelai. Walaupun kandungan gizinya tinggi bukan berarti harga tempe itu mahal, sehingga tempe sangat membantu bagi masyarakat yang memiliki ekonomi lemah untuk memenuhi kebutuhan gizinya (Maskar et al., 2022).

Pada salah satu UKM di Kota Batam tepatnya di Kav Sei Lekop, Kec. Sagulung yang menjadi tempat penulis melakukan penelitian yaitu Tempe Titik 2, merupakan usaha yang bergerak dibidang industri pengolahan pangan dari bahan baku kacang kedelai masih tergolong mikro memproduksi produk berupa tempe. Dalam penelitian ini yang menjadi fokus penelitian yaitu pada produk tempe, karena tempe banyak dikonsumsi masyarakat di Indonesia.

Dalam sehari pemilik usaha mampu memproduksi dengan jumlah 2000-2500 tempe dan menghabiskan kacang kedelai sebanyak 250 kg – 280 kg dengan ukuran, berat isi, dan harga jual yang berbeda. Untuk pemasarannya Tempe Titik 2 menjualnya di pasar Fanindo, Kota Batam.



Gambar 1. 1 Produk Tempe A & B



Gambar 1. 2 Produk Tempe C & D

Tabel 1. 1 Spesifikasi Produk Tempe Titik 2

Produk Tempe	Berat Isi	Harga Jual
A	1 ½ ons	Rp. 3000,00
B	1 ons	Rp, 2000,00
C	1 ons	Rp 2000,00
D	½ ons	Rp 1000,00

Karena meningkatnya pengetahuan masyarakat tentang manfaat kesehatan tempe, saat ini terdapat berbagai macam ukuran dan peningkatan permintaan pelanggan lokal. Meningkatnya permintaan konsumen lokal terhadap produk tempe adalah katalis ideal untuk UKM “*Tempe Titik 2*” untuk mengembangkan produk tempe yang sudah ada dan memperkuat pertumbuhan produk tempe.

Dalam menjalankan suatu usaha pasti terdapat kendala, seperti yang dialami pada UKM *tempe titik 2*, kendala tersebut merupakan tempe yang tidak layak lagi untuk dijual disebabkan karena kurangnya peminat konsumen, yang merasa bentuk dan ukuran produk semakin menyusut.

Suatu usaha dituntut untuk dapat berinovasi dalam usaha yang dijalankan agar dapat *survive* dalam persaingan tersebut. Berbagai macam bentuk inovasi tentunya dapat dipraktikkan oleh suatu usaha tersebut, dengan melalui berbagai macam strategi yang lebih inovatif dari para kompetitornya. Salah satu strategi tersebut adalah, bagaimana sebuah usaha dapat menyajikan produknya kepada konsumen sebaik mungkin, sehingga dapat diterima oleh konsumennya. Bentuk penyajian tersebut berupa ukuran suatu produk, bagaimana ukuran tersebut dapat diterima oleh konsumen, dan dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli produk tersebut (Herdhiansyah et al., 2024).

Sebelumnya sudah dilakukan penelitian terkait pengembangan produk tempe, namun pada penelitian terdahulu hanya berfokus pada diversifikasi produk bumbu tempe (Firdaus et al., n.d.). Selain itu jika dilihat sudah sangat banyak pengembangan varian produk tempe. Namun belum ditemukan pengembangan produk yang membahas tentang bentuk dan ukuran produk tempe, sehingga dari hal tersebut peneliti ingin melakukan pengembangan bentuk dan ukuran tempe berdasarkan keinginan konsumen.

Berdasarkan pengamatan terhadap produksi *tempe titik 2* saat ini maka perlu mengetahui kriteria atribut apa saja untuk produk tempe yang dibutuhkan oleh konsumennya. Untuk menentukan kriteria atribut yang dibutuhkan terhadap produk tempe, perlu adanya keterlibatan konsumen dalam menentukan faktor yang menjadi dasar pemilihan kriteria (Utami & Fajrah, 2021).

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Quality Function Deployment (QFD)*. Metode QFD merupakan metode peningkatan kualitas yang berorientasi pada keinginan pelanggan (*customer requirements*) (Prabowo & Zoelangga, 2019). Dalam proses pengembangan produk *tempe titik 2* yang sesuai dengan referensi konsumen dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)* diharapkan akan dapat membantu dalam pengembangan produk, sehingga dengan mengamati objek di pasar Fanindo akan dapat menghasilkan produk sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen. Hasil QFD diaplikasikan pada rumah mutu (house of quality atau HOQ) yang menjadi informasi dalam pengembangan produk.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis ingin melakukan penelitian mengenai "**Pengembangan Produk Tempe Di UKM "Tempe Titik 2"**".

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijabarkan di atas maka identifikasi permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini yang seperti berikut:

1. Menentukan atribut produk tempe yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen.
2. Penilaian mutu produk "*Tempe Titik 2*" dibandingkan produk kompetitor dengan menggunakan metode QFD.
3. Usulan pengembangan produk "*Tempe Titik 2*" yang sesuai kebutuhan konsumen.

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan dengan tujuan untuk menghindari pelebaran topik permasalahan yang telah ditentukan. Oleh karena itu terdapat beberapa batasan dalam masalah ini yang seperti berikut:

1. Penelitian dilakukan pada pelanggan "*Tempe Titik 2*".
2. Pengambilan data hanya dilakukan di pasar Fanindo, karena "*Tempe Titik 2*" paling besar memasok di pasar Fanindo.
3. Faktor-faktor Penelitian ini hanya membahas pengembangan produk "*Tempe Titik 2*".

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, pokok masalah yang menjadi sasaran penelitian ini adalah:

1. Bagaimana mengetahui kriteria atribut produk tempe yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen?
2. Bagaimana mengetahui usulan nilai mutu pada produk “*Tempe Titik 2*” dengan metode QFD?
3. Bagaimana mengetahui usaha pengembangan produk “*Tempe Titik 2*”?

1.5 Tujuan Penelitian

Mengikuti rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, berikut ini adalah tujuan dari penelitian ini:

1. Mengetahui kriteria atribut produk tempe yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen.
2. Mengetahui penilaian mutu produk “*Tempe Titik 2*” dibandingkan produk kompetitor dengan menggunakan metode QFD.
3. Mengetahui usaha atau usulan pengembangan produk “*Tempe Titik 2*”.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.2 Manfaat Teoritis

1. Bagi pembaca, yaitu sebagai referensi dalam melakukan penelitian lanjutan mengenai pengendalian kualitas. Selain itu, juga dapat memberikan motivasi dan gambaran umum kepada pembaca dalam menentukan topik penelitian.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti, hasil penelitian dapat memberikan wawasan dan pengalaman bagi peneliti di bidang ilmu pengendalian kualitas.

2. Bagi Universitas. Penelitian ini harapannya bisa jadi materi referensi serta acuan dasar mahasiswa/i di bidang Teknik Industri. Bisa juga dijadikan sumber referensi yang berhubungan dengan pengembangan produk.
3. Bagi pemilik UMKM. Hasil penelitian ini dapat membantu dalam pengembangan produk agar dapat menghasilkan suatu produk yang sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen.