

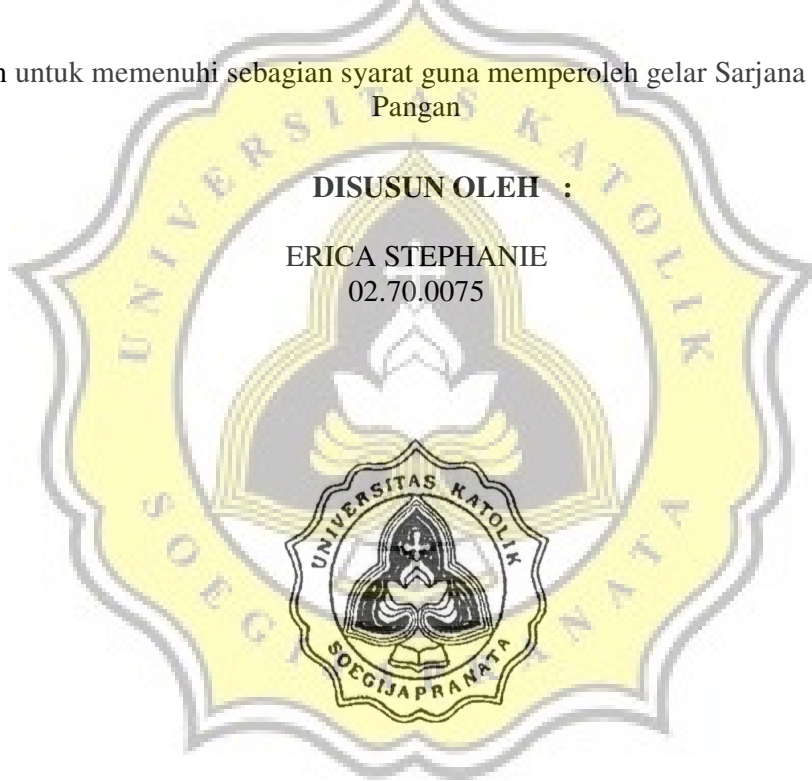
**STUDI PENGEMBANGAN PRODUK SUSU
KEDELAI UNTUK KONSUMEN REMAJA DENGAN
MENGUNAKAN METODE QUALITY FUNCTION
DEPLOYMENT**

**STUDY of PRODUCT DEVELOPMENT of SOYBEAN
MILK FOR TEENAGERS by USING QUALITY
FUNCTION DEPLOYMENT
METHOD**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Teknologi
Pangan

DISUSUN OLEH :

**ERICA STEPHANIE
02.70.0075**



2007

**JURUSAN TEKNOLOGI PANGAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

Ringkasan

Saat ini banyak produk baru yang diluncurkan di pasaran dan gagal dalam waktu kurang dari satu tahun. Dari kegagalan – kegagalan produk baru, pengembangan produk harus menjadi lebih efektif, efisien dan harus mengetahui dan mengumpulkan informasi dari konsumen untuk meningkatkan derajat kesuksesan, hal ini membutuhkan orientasi dari konsumen dalam pengembangan produk baru. Pengembangan produk susu kedelai ini sangat menarik dan potensial karena susu kedelai merupakan salah satu sumber pangan yang sehat dan mempunyai cita rasa yang khas tetapi belum diolah oleh produsen pangan secara maksimal. Karena masih banyaknya peluang pengembangan produk susu kedelai ini maka penelitian ini bertujuan untuk menemukan kandidat produk susu kedelai yang potensial untuk dikembangkan berdasarkan karakteristik yang sesuai harapan dan kebutuhan konsumen remaja menggunakan teknik QFD. Definisi QFD sendiri adalah metoda pengembangan produk secara sistematis untuk menjabarkan dampaknya dalam merealisasi kebutuhan konsumen. Langkah pertama yang dilakukan adalah pemetaan produk susu kedelai yang sudah ada di pasar saat ini, bertujuan untuk melihat adanya peluang pengembangan produk berbasis susu kedelai. Dari pemetaan produk menurut usia konsumen dapat dilakukan survei preferensi konsumen terhadap seratus orang responden yang menghasilkan aspek karakteristik produk. Setelah itu dilakukan pengintegrasian antara karakteristik produk sesuai keinginan konsumendengan aspek teknis produksi menggunakan metode Delphi. Dari metode Delphi dihasilkan Matrix Interaksi yang mengintegrasikan preferensi konsumen dengan aspek teknis produksi. Selanjutnya hasil dari matriks interaksi dimasukkan ke dalam Rumah Mutu yang akan mengkorelasikan hubungan antara keinginan konsumen dengan aspek teknis produksi, sehingga dihasilkan karakteristik produk yang dapat diwujudkan adalah sebagai berikut: bahan dan bentuk kemasan berupa dus bentuk kotak (*tetrapack*). Variasi rasa yang disukai oleh konsumen adalah rasa coklat dan kombinasi rasa coklat mocha. Pengonsumsi produk yang diproduksi adalah produk yang dikonsumsi sekali habis. Warna produk sesuai rasa. Gambar yang digunakan pada kemasan adalah gambar segelas susu kedelai, dan pada kemasan dicantumkan keunggulan – keunggulan produk dan informasi gizi. Warna kemasan sesuai rasa. Volume produk 200ml dan 150ml. Tingkat kekentalan yang diwujudkan adalah tidak terlalu kental seperti teh. Masa kadaluarsa produk yang diproduksi adalah enam bulan. Harga produk Rp. 2000. Dalam *House of Quality* fase I interaksi yang kuat terjadi antara bentuk kemasan dengan *eye catching*; informasi lengkap dengan *information readability, ingredients*; bahan kemasan dengan *eye catching, packaging design and price*; variasi rasa dengan *food additive, taste of product, color of product*; warna sesuai rasa dengan *food additive*; warna produk dan *taste of product*; tingkat kekentalan dan *use of raw material, viscosity of product*; masa kadaluarsa 6 bulan dan *food additive; price* Rp. 2000 dan *volume of product, use of raw material, food additive, and price*.

Summary

In this time a lot of new products launch into market and many fail in duration less than one year. Learning from failures of new product, product development have to become more effective, and for and have to know and collect information of consumer to improve degree of successfulness. This matter require orientation of consumer in new product development. Product development of soy milk is a potential and yet very attractive arena, because soy milk is one of healthy food source and has a typical taste and flavor. However, its product development has not been conducted optimally the food producers. The objective of this study is to develop soy milk product for elderly consumers using Quality Function Deployment method. Quality Function Deployment is defined as a structure product development method that in corporate consumers wants and needs. Several steps in the Quality Function Deployment method includes (1) identification and mapping of the available soy milk product in the market place (2) identification of consumers wishes with regarded to the features of soy milk product (3) a Delphi session to relationship between product characteristics and technical aspect is production (4) and for the construction of House of Quality. One hundred respondents were intervied in the survey, while the Delphi session was participated by five for its semester student of food technology department. Based on the result of the survey and its integration into the interaction matrix teenagers consumers preferred a soy milk product with the following features : (1) hard papper box packaging (e.g tetrapack) (2) combined taste (e.g chocolate and chocolate mocha) (3) single consumption volume (\pm 200 ml & 150 ml) (4) taste associated colour (5) packaging images soy milk in cup and inform on health benefits (6) taste associated packaging colour (7) low viscouscity (8) shelf life more than six months (9) price Rp. 2000. In the House of Quality fase I a number of strong relationship were obtain including between packaging form, *packaging desain*; packaging images and *eye catching*; single consumption volume and *volume of product, use of raw material and price*; inform on health benefits and *information readability, ingredients*; material packaging and *eye catching, packaging design and price*; combined taste and *food additive, taste of product, colour of product*; taste associated colour and *food additive, colour of product and taste of product*; low viscouscity and *use of raw material, viscosity of product*; shelf life more than six months and *food additive,; price Rp. 2000 and volume of product, use of raw material, food additive, and price*.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami ucapkan ke hadirat Tuhan yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatNya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Tidak lupa juga kami ucapkan terima kasih kepada orang tua yang telah memberi dukungan. Dosen pembimbing yang tidak bosan – bosannya memberikan berbagai saran dan masukan bagi kami, dan yang terakhir bagi kelompok diskusi yang sudah mau meluangkan waktu untuk menyelesaikan sebagian dari skripsi ini.



Hormat Kami

Penulis

DAFTAR ISI

Ringkasan.....	ii
Summary.....	iii
PENDAHULUAN.....	1
MATERI DAN METODA.....	12
2.1. Lokasi Penelitian.....	12
2.2. Pemilihan dan Karakteristik Konsumen.....	12
2.3. Proses penelitian.....	13
2.4. Analisis Data	15
HASIL PENGAMATAN.....	16
3.1. Pemetaan produk susu kedelai.....	16
3.2. Karakteristik produk menurut konsumen.....	17
3.2.1. Karakteristik kemasan menurut konsumen.....	17
3.2.2. Karakteristik sensoris produk yang diharapkan konsumen.....	18
3.2.3. Pemasaran produk.....	19
3.2.4. Rangkuman karakteristik produk menurut konsumen dan Peringkatnya.....	20
3.3. Matriks Interaksi.....	24
3.4. Rumah mutu.....	30
PEMBAHASAN.....	36
KESIMPULAN.....	46
DAFTAR PUSTAKA.....	48
LAMPIRAN.....	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Komposisi susu kedelai cair dan susu sapi tiap 100G.....	10
Tabel 2. Karakteristik kemasan yang diharapkan konsumen.....	17
Tabel 3. Karakteristik sensoris produk yang diharapkan konsumen.....	18
Tabel 4. Karakteristik pemasaran produk susu kedelai.....	20
Tabel 5. Rangkuman karakteristik produk menurut konsumen dan peringkatnya.....	21
Tabel 6. Matriks interaksi antara karakteristik produk dengan aspek teknis produksi...	25
Tabel 7. Interaksi yang kuat antara karakteristik produk dengan aspek teknis produksi..	33



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Matriks interaksi.....	4
Gambar 2. Rumah mutu matrik utama dari metode QFD.....	6
Gambar 3. Produk susu kedelai yang sudah ada di pasar menurut kelompok usia konsumen dan jenisnya.....	16
Gambar 4. <i>House of Quality phase 1</i> (dengan angka).....	31
Gambar 5. <i>House of Quality phase 1</i> (dengan simbol).....	32



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Matriks interaksi dan penjelasan dari hasil penilaian
- Lampiran 2. House of Quality phase 1 dan penjelasan dari hasil penilaian
- Lampiran 3. Kuesioner untuk mendapatkan karakteristik produk yang diharapkan responden
- Lampiran 4. Merk produk susu kedelai yang tersedia di pasar beserta penggolongannya.

