

**STUDI PENGEMBANGAN PRODUK COKELAT UNTUK
ANAK REMAJA DENGAN MENGGUNAKAN METODE
*QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)***

**PRODUCT DEVELOPMENT STUDY of
CHOCOLATE FOR TEENAGER USING QUALITY
FUNCTION DEPLOYMENT METHOD**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Teknologi Pangan**

Oleh:

Yoab Andre C.S

NIM: 02.70.0086



**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI PANGAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

STUDI PENGEMBANGAN PRODUK COKELAT UNTUK ANAK REMAJA DENGAN MENGGUNAKAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD)

PRODUCT DEVELOPMENT STUDY of CHOCOLATE FOR TEENAGER USING QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT METHOD

Oleh:

Yoab Andre. C.S

NIM: 02.70.0086

Laporan skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan di hadapan sidang penguji tanggal:

Semarang,2006

Program Studi Teknologi Pangan

Fakultas Teknologi Pertanian

Universitas Katolik Soegijapranata

Dekan,

Pembimbing I

Prof. Dr. Ir. Budi Widianarko, Msc.

Kristina Ananingsih, ST, MSc.

Pembimbing II

Dipl-Ing. Fifi Sutanto-Darmadi.

MOTTO

**UNTUK MEWUJUDKAN MIMPI, JANGANLAH
MEMBAYANGKAN TERLEBIH DAHULU SUKSES BESAR YANG
MUNGKIN DI RAIH. TETAPI JAUH LEBIH PENTING
MENYUSUN RENCANA SECARA DETAIL UNTUK MEMBUAT
SUKSES-SUKSES KECIL**

(Oprah Winfrey)

**HAPINESS IS WHEN WHAT YOU THINK, WHAT YOU SAY AND
WHAT YOU DO ARE IN HARMONY**

(Mahatma Gandhi)

**VISI TANPA TINDAKAN HANYALAH SEBUAH MIMPI.
TINDAKAN TANPA VISI HANYALAH MEMBUANG WAKTU.
VISI DENGAN TINDAKAN AKAN MENGUBAH DUNIA**

(Joel Arthur Barker).

RINGKASAN

Cokelat merupakan salah satu dari banyak produk yang paling favorit oleh konsumen dari berbagai usia dan status. Di dalam insustry cokelat penambahan macam isian seperti penggunaan aplikasi buah, kacang dan berbagai cairan kini menjadi trend. Di pasar tidak ada jaminan bahwa pengembangan produk oleh industri makanan akan menjadi sukses. Banyak produk dapat bertahan hanya singkat setelah diperkenalkan ke pasar. Disebabkan lemahnya penerimaan konsumen. Sekarang ini peranan konsumen di dalam pengembangan produk pangan memberi tekanan yang terus menerus. Dilain kata, suatu proses pengembangan produk harus menjadi lebih efisien dan efektif supaya dapat meningkatkan nilai kesuksesan dalam memenuhi harapan konsumen. Faktor penentu kesuksesan NPD (*New Product Development*) adalah tingkat kecocokan antara produk baru dengan keperluan konsumen karena konsumen mempunyai kebutuhan dan keinginan dalam mengkonsumsi suatu makanan. *Quality function deployment* (QFD) telah diketahui akan menjadi metode didalam pengembangan produk yang membantu mewujudkan keinginan konsumen. Tujuan dari penelitian ini menggunakan *quality fuction deployment* (QFD) didalam pengembangan produk cokelat untuk anak remaja. Proses dasar tersusun dalam lima langka, termasuk (1.) pemetaan produk di pasar; (2.) mengidentifikasi permintaan konsumen melalui survei; (3.) menyeleksi calon kandidat product yang berasal dari survei; (4.) pengembangan utama dari kandidat yang paling berpotensi; (5.) pembuatan rumah mutu fase 1. pada tahapan interaksi matrik hasil didapat dari metode delphi yang didiskusikan kebenaran permintaan konsumen diperoleh bentuk persegi panjang, ukuran 50 gr, bahan pengemas aluminium foil dengan karton, warna kombinasi dan gambar produk cokelat untuk pada kemasan, tekstur yang lembut, jenis cokelat susu, selai buah jeruk dengan kacang cashew, harga sekitar Rp. 5000- Rp. 10.000. Pada rumah mutu fase 1 beberapa hubungan kuat telah ditemukan, meliputi (1.) bentuk persegi panjang dan pelabellan, *eye catching*; (2.) bahan pengemas aluminium foil karton dan desain pengemas, *eye catching*; (3.) warna kombinasi dan desain pengemas, *eye catching*; (4.) gambar cokelat dan desain pengemas; (5.) cokelat susu dan *cocoa body*, warna, kemanisan; (6.) Selai buah dan aroma, buah; (7.) buah jeruk dengan buah; (8.) kacang cashew dengan kacang; (9.) harga dengan volume.

SUMMARY

Chocolate is one of many food products, which is favored by consumer's across age and status. In chocolate industry the addition of various filling, such as fruits, nuts and even liquor has become a trend now days. In the market place there is no guarantee that a product developed by food industry will be successful. Many products can survive only shortly after their market introduction. Due to low consumer's acceptance. Presently the role of consumer in food product development is there for given more and more emphasis. In other word, the process of products development should be more efficient and effective in order to improve success value in fulfill consumers needs and wants. Factor determining the success of new product development (NPD) is compatibility between the features of the new product and consumer needs and wants. Quality function deployment (QFD) has been known as protective methods in product development that is a capable of accommodating consumer wishes. The purpose of this study is to employ the QFD methods in product development process chocolate tennager. The process is a basically is composed of five step, including (1.) mapping of existing of prospective candidates on the product in the market place; (2.) identify consumer's demands by a survey; (3.) selection of prospective candidates on the product is an consumer survey; (4.) development of obtain the most potential candidates and (5.) construction house of quality phase 1. Phase on the interaction matrix result from a delphi method session the demand of a consumer are true the following square form, 50 gr weight, aluminium foil primary packaging, hard paper secondary packaging, multi colour packaging, the product's image on the packaging, soft texture, milk chocolate taste, orange jam and cashew nut filling, price a both Rp.5000-Rp.10.000. In the house of quality phase 1 several strong relationship has found, including between (1.) square form and labelling, eye catching; (2.) cover packaging aluminium foil and carton and packaging design, eye catching; (3.) multi colour and packaging design, eye catching; (4.) product's image and packaging design; (5.) milk chocolate taste and cocoa body, colour, sweetness; (6.) fruit jam and aroma, fruitness; (7.) orange fruit and fruitness; (8.) cashew and nuts; (9.) price and volume.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan berkatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **STUDI PENGEMBANGAN PRODUK COKELAT UNTUK ANAK REMAJA DENGAN MENGGUNAKAN METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)**

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelas Sarjana Teknologi Pangan di Jurusan Teknologi Pangan, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. V. Kristina Ananingsih. ST, M.Sc, selaku dekan Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Katolik Soegijapranata.
2. Prof. Dr. Ir. Budi Widianarko, Msc. selaku pembimbing pertama yang telah memberi kesempatan, nasihat, serta meluangkan waktu untuk mengkoreksi demi terselesaikannya skripsi ini.
3. Dipl-Ing. Fifi Sutanto-Darmadi, selaku pembimbing kedua yang telah memberi arahan dan perhatian serta masukan dan meluangkan waktu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ayah, Ibu, dan Adik yang telah memberikan dukungan moral dan materi kepada penulis.
5. Bapak Kristianto dan keluarga yang telah memberikan dukungan baik moral maupun material demi terselenggaranya skripsi ini.
6. Ayusta, I. Lantip.W.G, Robertus, Yenny, Erlin, Amelia, Lilie, Erica, Ajeng, Priska, Fifin, Tabitha dan seluruh rekan-rekan di Phoenix Dance Group yang telah memberi semangat, bantuan, masukkan dan teman selama pelaksanaan skripsi.
7. Seluruh Siswa - Siswi SMU Theresiana 1 Semarang sebagai responden yang memberi bantuan ilmu dan bantuan dalam proses analisa.
8. Seluruh mahasiswa angkatan 2002, 2003 terima kasih atas kerja sama selama menempuh kuliah di FTP UNIKA Soegijapranata.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan semangat dan bantuan hingga laporan ini dapat diselesaikan dengan baik

Penulis menyadari bahwa laporan ini jauh dari sempurna, seperti ada pepatah “tiada gading yang tak retak”, maka penulis merasa perlu adanya kritik dan saran supaya dapat menyempurnakan laporan ini. Akhir kata semoga laporan ini berguna untuk adik-adik kelas yang membutuhkan.

Semarang, 2006

Penulis



DAFTAR ISI

PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
RINGKASAN	iv
SUMMARY	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
1. PENDAHULUAN	1
2. MATERI DAN METODA	12
2.1. Waktu dan Tempat Melakukan Penelitian.....	12
2.2. Responden.....	12
2.3. Proses Penelitian.....	13
2.3.1. Pemetaan peluang pengembangan produk coklat.....	14
2.3.2. Identifikasi keinginan konsumen.....	14
2.3.3. Menyusun peringkat kandidat berdasarkan permintaan konsumen.....	14
2.3.4. Matrik interaksi.....	15
2.3.5. Rumah mutu fase 1.....	15
2.4. Analisis Data.....	16
3. HASIL PENELITIAN	17
3.1. Pemetaan peluang pengembangan produk.....	17
3.2. Identifikasi keinginan konsumen.....	18
3.2.1. Kemasan Produk Cokelat.....	18
3.2.2. Sensori Produk Cokelat.....	20
3.2.3. Penambahan isian pada produk coklat.....	21
3.3. Pemilihan kandidat berdasarkan permintaan konsumen.....	23
3.4. Matrik interaksi.....	26
3.5. Rumah mutu fase 1.....	28
4. PEMBAHASAN	32
5. KESIMPULAN	41
6. DAFTAR PUSAKA	42

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kandungan Gizi Cokelat per 100 gram	6
Tabel 2. Kandungan Nilai Gizi Cokelat Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin.....	6
Tabel 3. Kandungan Nutrisi Cokelat Berdasarkan Jenis Cokelat.....	10
Tabel 4. Pemetaan Produk Cokelat Berdasarkan Jenis dan Merk.....	17
Tabel 5 Pemilihan Kandidat dengan Presentase dan Penyusunan Peringkat.....	24
Tabel 6. Matriks Interaksi.....	27
Tabel 7. Hubungan Apa dan Bagaimana di dalam Rumah Mutu.....	28



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Gambar Rumah Mutu.....	4
Gambar 2. Proses Penelitian.....	13
Gambar 3. Diagram Persentase Berdasarkan Jenis dan Jumlah Produknya.....	18
Gambar 4. Diagram Persentase Harapan Konsumen Terhadap Bentuk Cokelat.....	18
Gambar 5. Diagram Persentase Harapan Konsumen Terhadap Ukuran Produk Cokelat.....	19
Gambar 6. Diagram Persentase Harapan Konsumen Terhadap Bahan Pengemas Produk Cokelat.....	19
Gambar 7. Diagram Persentase Harapan Konsumen Terhadap Warna Kemasan Produk Cokelat.....	20
Gambar 8. Diagram Persentase Harapan Konsumen Terhadap Gambar Kemasan Produk Cokelat.....	20
Gambar.9 Diagram Persentase Harapan Konsumen Terhadap Tekstur Cokelat.....	21
Gambar.10 Diagram Persentase Harapan Konsumen Terhadap Jenis Cokelat.....	21
Gambar.11 Diagram Persentase Harapan Konsumen Terhadap Jenis Isian Buah.....	22
Gambar.12 Diagram Persentase Harapan Konsumen Terhadap Jenis Buah.....	22
Gambar.13 Diagram Persentase Harapan Konsumen Terhadap Jenis Kacang.....	23
Gambar.14 Diagram Persentase Harapan Konsumen Terhadap Penambahan Alkohol.....	23
Gambar.15 Rumah Mutu Fase 1 Angka.....	29
Gambar.16 Rumah Mutu Fase 1 Simbol.....	31

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Pemetaan
- Lampiran 2. Kuisisioner
- Lampiran 3. Hasil Identifikasi
- Lampiran 4. Matriks Interaksi
- Lampiran 5. Rumah Mutu

