

**Studi Pengembangan Produk Susu Kedelai Untuk Konsumen
Manula Dengan Menggunakan Metode *Quality Function Deployment (QFD)***

**Study of Product Development of Soybean Milk for Eldery Consumers
Using Quality Function Deployment (QFD) Method**

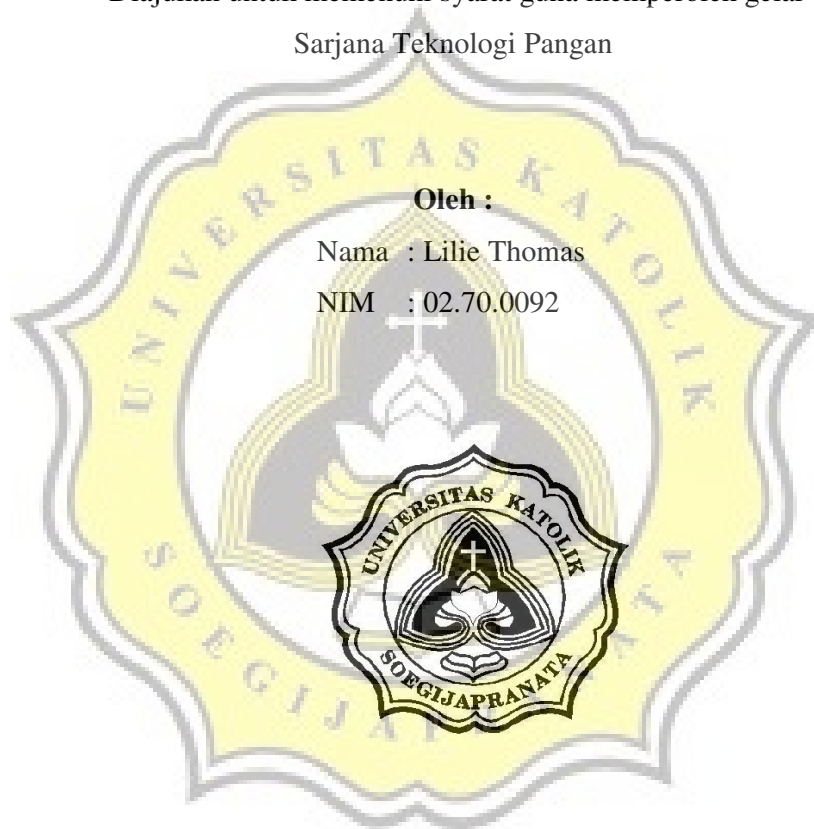
SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Teknologi Pangan

Oleh :

Nama : Lilie Thomas

NIM : 02.70.0092



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

2006

Ringkasan

Saat ini banyak sekali produk baru yang diluncurkan di pasar dan gagal dalam jangka waktu setahun. 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 manula menggunakan teknik QFD(Quality Function Deployment). Definisi dari QFD sendiri adalah metoda pengembangan produk terstruktur yang dapat mengembangkan tim untuk menspesifikasikan kemauan dan kebutuhan konsumen dan dapat juga dapat mengevaluasi tujuan pembuatan produk secara sistematis untuk menjabarkan dampaknya dalam merealisasi kemauan konsumen. Langkah pertama yang dilakukan adalah pemetaan produk susu kedelai yang sudah ada di pasar ini bertujuan untuk melihat adanya peluang pengembangan produk berbasis susu kedelai. Dari pemetaan produk menurut usia konsumen dapat dilakukan survey preferensi konsumen terhadap seratus orang responden yang menghasilkan aspek karakteristik produk. Setelah itu dilakukan pengintegrasian antara karakteristik produk sesuai keinginan konsumen dengan 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 pabrik, sehingga dihasilkan Rumah Mutu fase 1. Dari langkah-langkah yang dilakukan didapatkan interaksi antara karakteristik produk dan aspek teknis produksi, sehingga dihasilkan karakteristik produk yang dapat diwujudkan adalah sebagai berikut bahan dan bentuk kemasan berupa bahan dus bentuk kotak (*tetrapack*). Variasi rasa yang disukai oleh konsumen adalah rasa coklat dan kombinasi rasa vanilla pandan. Pengkonsumsian 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 pada kemasan. Warna kemasan yang diwujudkan adalah putih. Volume produk 200 ml. Tingkat kekentalan yang diwujudkan adalah encer seperti air. Masa kadaluwarsa produk yang diproduksi adalah selama enam bulan. Harga produk Rp 2000,- / Rp 2500,-

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 interviewed 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 elderly consumers preferred a soy milk product with the following features : (1) hard paper box packaging (e.g tetrapack) (2) combined taste (e.g chocolate and vanilla) (3) single consumption volume (\pm 200 ml) (4) taste associated colour (5) packaging images soy milk in cup and inform on health benefits (6) white packaging colour (7) low viscosity (8) shelf life more than six months (9) price of around Rp. 2000,-/Rp.2500,-. In the House of Quality fase I a number of strong relationship were obtain including between packaging form, material and *eye catching, packaging desain, price*; packaging images and *eye catching*; single consumption volume and *volume of product, use of raw material*; inform on health benefits and *information readability, ingredients*; combined taste and *food additive, taste of product, colour of product*; taste associated colour and *food additive, colour of product*; low viscosity and *use of raw material, viscosity of product*; shelf life more than six months and *information readability, food additive, price*; price of around Rp. 2000,-/Rp.2500,- and *volume of product, use of raw material, price*.

DAFTAR ISI

Kata pengantar.....	i
Ringkasan.....	ii
Summary.....	iii
Daftar isi.....	iv
Daftar tabel.....	v
Daftar gambar.....	vi
Daftar lampiran.....	vii
PENDAHULUAN.....	1
MATERI DAN METODA.....	13
2.1 Lokasi penelitian.....	13
2.2 Pemilihan dan karakteristik konsumen.....	13
2.3 Proses Penelitian.....	14
2.4 Analisis Data.....	15
HASIL PENGAMATAN.....	17
3.1 Pemetaan produk susu kedelai yang ada di pasar saat ini.....	17
3.2 Karakteristik produk menurut konsumen.....	18
3.2.1 Karakteristik kemasan menurut konsumen.....	18
3.2.2. Karakteristik sensoris produk yang diharapkan oleh konsumen.....	19
3.2.3 Pemasaran produk.....	21
3.2.4. Rangkuman karakteristik produk menurut konsumen dan peringkatnya.....	22
PEMBAHASAN.....	39
KESIMPULAN.....	47
DAFTAR PUSTAKA.....	49
LAMPIRAN.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Komposisi kimia biji kedelai.....	11
Tabel 2. Komposisi susu kedelai cair dan susu sapi tiap 100G.....	11
Tabel 3. Karakteristik kemasan yang diharapkan konsumen.....	18
Tabel 4. Karakteristik sensoris produk yang diharapkan konsumen.....	19
Tabel 5. Karakteristik pemasaran produk susu kedelai.....	21
Tabel 6. Rangkuman karakteristik produk menurut konsumen dan peringkatnya.....	22
Tabel 7. Matriks interaksi antara karakteristik produk dengan aspek teknis produksi...	28
Tabel 8. Interaksi yang kuat antara karakteristik produk dengan aspek teknis produksi..	37



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Matriks interaksi.....	5
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.....	17
Gambar 4. <i>House of Quality phase 1</i> (dengan angka).....	34
Gambar 5. <i>House of Quality phase 1</i> (dengan simbol).....	35



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Perhitungan jumlah responden

Lampiran 2. Matriks interaksi dan hasil diskusi matriks interaksi

Lampiran 3. *House of Quality* phase 1 dan hasil diskusi *House of Quality* phase 1

Lampiran 4. Kuesioner

