

**STUDI PENGEMBANGAN PRODUK ES KRIM DENGAN
METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD)
UNTUK KONSUMEN REMAJA**

**STUDY OF PRODUCT DEVELOPMENT OF ICE CREAM USING
QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) METHOD
FOR TEENAGE CONSUMER**

Skripsi

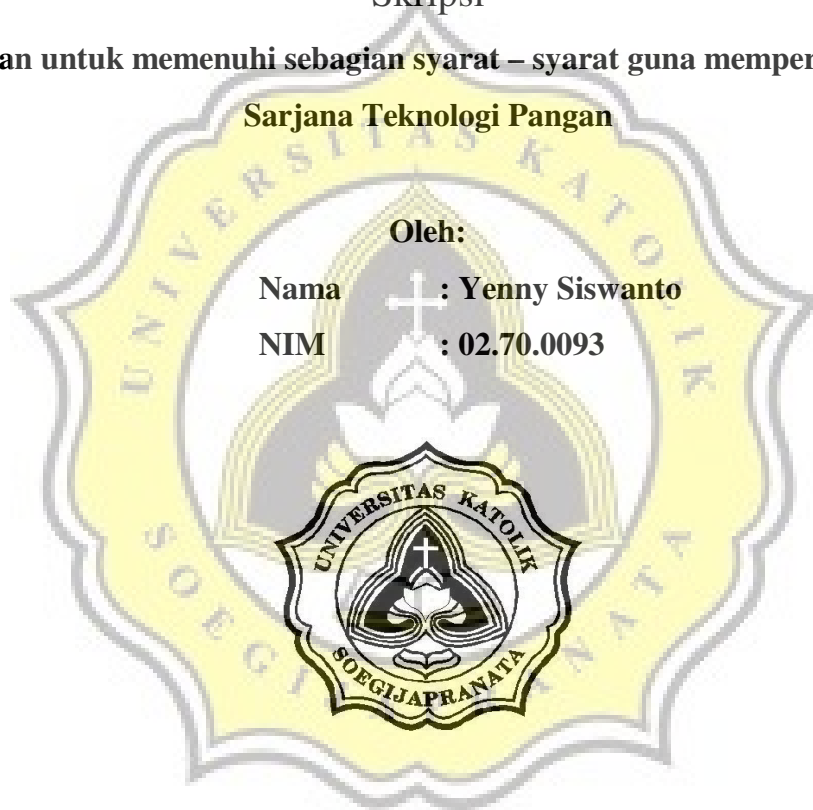
Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat – syarat guna memperoleh gelar

Sarjana Teknologi Pangan

Oleh:

Nama : Yenny Siswanto

NIM : 02.70.0093



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

SEMARANG

2006

**STUDI PENGEMBANGAN PRODUK ES KRIM DENGAN
METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD)
UNTUK KONSUMEN REMAJA**

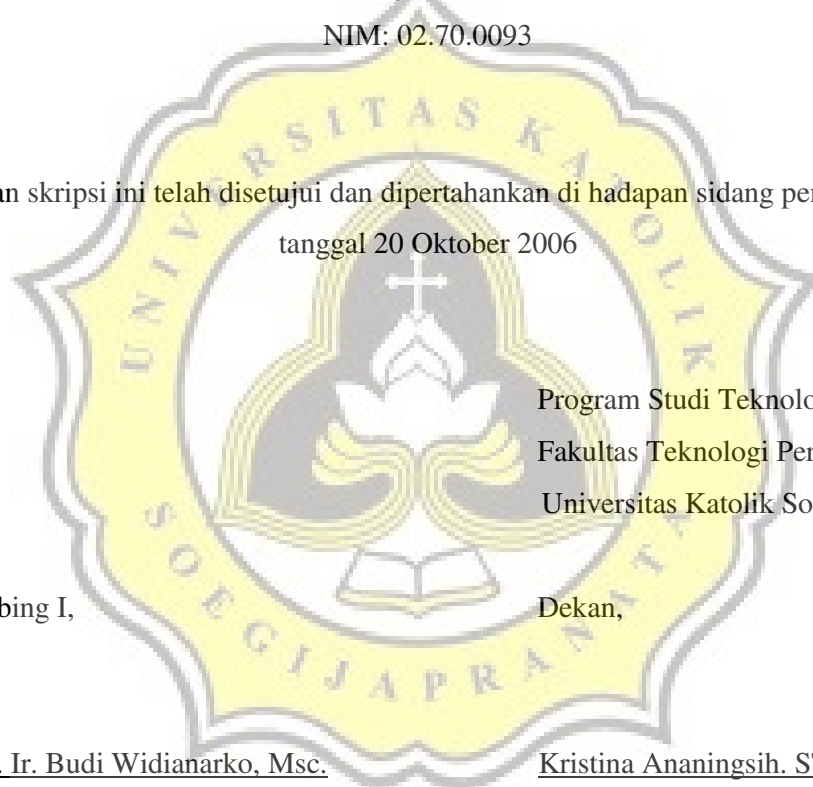
**STUDY OF PRODUCT DEVELOPMENT OF ICE CREAM USING
QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) METHOD
FOR TEENAGE CONSUMER**

Oleh:

Yenny Siswanto

NIM: 02.70.0093

Laporan skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan di hadapan sidang penguji pada
tanggal 20 Oktober 2006



Program Studi Teknologi Pangan
Fakultas Teknologi Pertanian
Universitas Katolik Soegijapranata

Pembimbing I,

Dekan,

Prof. Dr. Ir. Budi Widianarko, Msc.

Kristina Ananingsih. ST, MSc.

Pembimbing II,

Dipl-Ing. Fifi Sutanto-Darmadi.



- ** Takut akan TUHAN adalah permulaan pengetahuan, tetapi orang bodoh menghina hikmat dan didikan.
- ** Dengarkanlah nasihat dan terimalah didikan, supaya engkau menjadi bijak di masa depan.
- ** Percayalah kepada TUHAN dengan segenap hatimu, dan janganlah bersandar kepada pengertianmu sendiri. Akuilah Dia dalam segala lakumu, maka Ia akan meluruskan jalanmu.
- ** Serahkanlah perbuatanmu kepada TUHAN, maka terlaksanalah segala rencanamu.
- ** Singa-singa muda merana kelaparan, tetapi orang-orang yang mencari TUHAN, tidak kekurangan sesuatupun yang baik.
- ** Serahkanlah hidupmu kepada TUHAN dan percayalah kepadaNya, dan Ia akan bertindak; Ia akan memunculkan kebenaranmu seperti terang dan hakmu seperti siang.

RINGKASAN

Es krim merupakan produk olahan susu yang paling populer di dunia, tetapi konsumsi es krim di Indonesia relatif kecil yaitu 0,5 liter/orang/tahun, diperkirakan konsumsi es krim di Indonesia semakin memasyarakat seiring dengan membaiknya ekonomi nasional. Berdasarkan fakta tersebut, dapat diketahui bahwa pengembangan untuk produk es krim sangat berpeluang di Indonesia. Faktor penentu kesuksesan NPD (*New Product Development*) adalah tingkat kecocokan antara produk baru dengan keinginan konsumen yaitu pengembangan produk baru yang berorientasikan pada konsumen. Pelaksanaannya dapat dilakukan dengan menggunakan metode QFD (*Quality Function Deployment*). QFD adalah metode terstruktur untuk perencanaan dan pengembangan produk yang merupakan penterjemahan sistematis suara konsumen oleh perusahaan dengan cara membandingkan apa yang diinginkan konsumen dengan bagaimana perencanaan perusahaan untuk menciptakan produk tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan produk es krim yang sesuai keinginan konsumen dengan menggunakan metode QFD. Proses penelitian dilakukan dengan beberapa tahapan sebagai berikut: survei pemetaan produk, survei utama (identifikasi keinginan konsumen), pemilihan karakteristik produk keinginan konsumen, pemilihan satu kandidat produk yang disajikan dalam matriks interaksi, dan rumah mutu tahap I. Hasil penelitian menunjukkan bahwa es krim dengan jenis flavor buah lokal untuk sasaran konsumen remaja masih memiliki peluang pengembangan dan diperoleh atribut-atribut produk sebagai berikut: ukuran 100-150 ml, bentuk *cup*, bahan kemasan plastik bening, warna kemasan pink dan sesuai rasa, gambar kemasan es krim dan buah, informasi kemasan lengkap, warna es krim yang sesuai rasa, tekstur lembut dan halus, aroma tidak tajam, rasa buah jeruk lokal, tambahan selai coklat, taburan kacang dan *chocochips*, nilai gizi vitamin, dan harga Rp 2500,00 - Rp 5000,00. Pada rumah mutu tahap I memuat hubungan kuat antara atribut produk dengan aspek produksi sebagai berikut: antara ukuran 100-150 ml dan harga Rp 2500,00 - Rp 5000,00 dengan volume es krim; bentuk *cup*, bahan kemasan plastik bening, warna kemasan pink, gambar es krim dan buah dengan desain kemasan; informasi lengkap dengan pelabelan / *labelling*; warna es krim sesuai rasa dengan warna es krim; aroma tidak tajam dengan aroma es krim; rasa buah jeruk, tambahan selai coklat, taburan kacang dan *chocochips* dengan rasa es krim; tekstur lembut dan halus dengan tekstur es krim; rasa buah jeruk dan harga Rp 2500,00 - Rp 5000,00 dengan bahan baku; warna es krim sesuai rasa dan tambahan gizi vitamin dengan bahan tambahan; tambahan selai coklat dan taburan kacang dan *chocochips* dengan topping; tambahan gizi vitamin dengan nilai gizi; dan ukuran 100-150 ml, bahan kemasan plastik bening, harga Rp 2500,00 - Rp 5000,00 dengan harga es krim.

SUMMARY

Ice cream is the most popular product made of milk in the world. In Indonesia the consumption of ice cream is only 0,5 litre/person/year. It is predicted that it will be increasing according to the national economic development, so that ice cream industry is very prospective. The key determinant of New Product Development (NPD) success is the fitness between the new product and the consumer needs. The starting point of the product development process has to be to define the wishes and demands of the consumers of the product in consumer-oriented NPD. One way to achieve that objective is by using the QFD method. QFD is a method for structured product planning and development that enables a development team to specify the consumers wants and needs, and it can be used to evaluate the proposed product systematically in order to determine its impact on realising these needs. The aim of this research is to develop an ice cream product which can satisfy the consumer wants using the QFD method. The research process include five phases: a survey to map the existing product in the market place, identification of consumers wants through of survey, selection of product's characteristic according to the consumers wants, determinant of the most prospective candidates appeared in the interaxtion matirx, and construction house of quality phase I. Based on the market mapping, there is still a great deal of opportunity to develop ice cream with non conventional flavor (e.g. local fruits) for teenage consumers. Prospective candidate obtain from the interaxtion matrix and a delphi method session have the following attributes 100-150 ml volume, a cup shape, transparant plastic packaging, packaging with pink and other colors matching with the flavor, the product and flavor images on the packaging, a detailed product information, the color of ice cream matches the flavor, soft and smooth texture, mild aroma, oranges flavor, chocolate, nuts and chocochips topping, vitamin supplement, price of about Rp 2500,00 – Rp 5000,00. In the house of quality phase I several strong relationship were identified, i.e between: 1. volume of ice cream and 100-150 ml volume; price of about Rp 2500,00 – Rp 5000,00, 2. packaging design and a cup shape; transparant plastic packaging; color of packaging; picture of packaging, 3. labelling and product information, 4. color of ice cream and color matches the flavor, 5. odor of ice cream and mild aroma, 5. taste of ice cream and oranges flavor; chocolate, peanuts and chocochips topping, 6. texture of ice cream and soft and smooth texture, 7. raw ingredients and oranges flavor; price of about Rp 2500,00 – Rp 5000,00, 8. other ingredients and color of ice cream; vitamin supplement, 9. topping and chocolate, peanuts and chocochips topping, 10. nutritive value and vitamin supplement, 11. price and 100-150 ml volume; transparant plastic packaging; price of about Rp 2500,00 – Rp 5000,00.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, atas segala kasih, karunia, dan penyertaanNya yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan laporan skripsi ini dengan judul: **STUDI PENGEMBANGAN PRODUK ES KRIM DENGAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD) UNTUK KONSUMEN REMAJA.**

Penulisan laporan ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana teknologi pangan. Penulis menyadari bahwa laporan ini jauh dari sempurna. Namun berkat bimbingan, nasehat, dan dorongan dari beberapa pihak, akhirnya penulis mampu menyelesaikan laporan hingga selesai. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. V. Kristina Ananingsih, ST, Msc selaku Dekan Fakultas Teknologi Pangan.
2. Prof. Dr. Ir. Budi Widianarko, Msc selaku pembimbing I penulis.
3. Dipl-Ing. Fifi Sutanto-Darmadi selaku pembimbing II penulis.
4. Semua dosen Fakultas Teknologi Pangan yang selama ini telah memberikan ilmu kepada penulis.
5. Papa, mama, kakak, dan adik yang selama ini telah memberikan dukungan baik secara moral dan materi kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini.
6. David Ricardo yang selama ini telah memberikan banyak dukungan, semangat, dan bantuan kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini.
7. Erlin, Yoab, Erika, Lilie, dan Sofa atas kerjasamanya yang telah banyak membantu dalam pelaksanaan skripsi ini.
8. Wulan, Nova, Winny, Anita, Pamela, dan Mei yang selalu membantu dan memberikan semangat kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Kezia, Fanny, Christy, Liliana, Hargie, dan Yogie yang selama ini telah banyak memberikan dukungan baik semangat maupun bantuan kepada penulis.
10. Seluruh adik – adik siswa/siswi SMP dan SMU Krista Mitra yang telah bersedia memberikan bantuan berupa informasi untuk perolehan data dalam skripsi ini.

11. Semua teman – teman angkatan 2002 yang selama ini telah banyak membantu penulis.
12. Dan semua pihak yang telah membantu dalam penelitian dan penulisan skripsi ini.

Semoga Tuhan membalas kebaikan seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan bagi penulis. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan laporan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran agar penulisan skripsi ini menjadi lebih baik lagi. Akhir kata, semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi adik – adik kelas yang akan datang.



Semarang, Oktober 2006

Penulis

DAFTAR ISI

RINGKASAN.....	i
SUMMARY.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
1. PENDAHULUAN.....	1
2. MATERI DAN METODA.....	8
2.1. Tempat dan Waktu Pengambilan Data.....	8
2.2. Karakteristik Responden.....	8
2.3. Proses Pelaksanaan Penelitian.....	8
2.3.1. Survei Pemetaan Produk.....	10
2.3.2. Survei Utama (Identifikasi Keinginan Konsumen).....	10
2.3.3. Pemilihan Karakteristik Produk Keinginan Konsumen.....	10
2.3.4. Pemilihan Satu Kandidat Produk.....	10
2.3.5. Rumah Mutu Tahap I.....	11
2.4. Analisa Data.....	12
3. HASIL PENELITIAN.....	13
3.1. Peta Produk Es Krim.....	13
3.2. Karakteristik Produk Es Krim Keinginan Konsumen.....	15
3.2.1. Kemasan Es Krim.....	15
3.2.2. Sensori Es Krim.....	18
3.2.3. Tambahan Pada Es Krim.....	20
3.2.4. Harga Produk Es Krim.....	22
3.3. Empat Peringkat Teratas Karakteristik Produk.....	22
3.4. Matriks Interaksi.....	26
3.5. Rumah Mutu Tahap I.....	28
4. PEMBAHASAN.....	31
5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	38
5.1. Kesimpulan.....	38
5.2. Saran.....	39
6. DAFTAR PUSTAKA.....	40
7. LAMPIRAN.....	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jenis-jenis Produk Es Krim Yang Ada Di Pasaran.....	13
Tabel 2. Rekapitulasi Dan Peringkat Karakteristik Produk Keinginan Konsumen....	22
Tabel 3. Empat Peringkat Teratas Karakteristik Produk..... Menurut Preferensi Konsumen	24
Tabel 4. Matriks Interaksi.....	27



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Diagram Alir Proses Penelitian.....	9
Gambar 2. Peta Produk Es Krim Berdasarkan Kelompok Usia..... dan Jenis Produknya	14
Gambar 3. Distribusi Penyebaran Produk Es Krim Berdasarkan Presentase..... Jumlah Produknya	14
Gambar 4. Ukuran Kemasan Berdasarkan Keinginan Konsumen.....	15
Gambar 5. Bentuk Kemasan Berdasarkan Keinginan Konsumen.....	16
Gambar 6. Bahan Kemasan Berdasarkan Keinginan Konsumen.....	16
Gambar 7. Warna Kemasan Berdasarkan Keinginan Konsumen.....	17
Gambar 8. Gambar Kemasan Berdasarkan Keinginan Konsumen.....	17
Gambar 9. Informasi Kemasan Berdasarkan Keinginan Konsumen.....	18
Gambar 10. Warna Es Krim Berdasarkan Keinginan Konsumen.....	18
Gambar 11. Tekstur Es Krim Berdasarkan Keinginan Konsumen.....	19
Gambar 12. Aroma Es Krim Berdasarkan Keinginan Konsumen.....	19
Gambar 13. Rasa Buah Lokal Es Krim Berdasarkan Keinginan Konsumen.....	20
Gambar 14. Tambahkan Selai Pada Es Krim Berdasarkan Keinginan Konsumen.....	20
Gambar 15. Tambahkan Taburan Pada Es Krim Berdasarkan..... Keinginan Konsumen	21
Gambar 16. Tambahkan Nilai Gizi Es Krim Berdasarkan..... Keinginan Konsumen	21
Gambar 17. Harga Produk Es Krim Berdasarkan Keinginan Konsumen.....	22
Gambar 18. Rumah Mutu (<i>House of Quality</i>) Tahap I.....	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Perhitungan Sampel Responden Survei Utama

Lampiran 2. Pertanyaan Kunci Pada Kuesioner Untuk Survei Utama

Lampiran 3. Kuesioner Survei Utama

Lampiran 4. Data Panelis Pada Diskusi Metode Delphi

Lampiran 5. Laporan Hasil Diskusi Metode Delphi I (Matriks Interaksi)

Lampiran 6. Laporan Hasil Diskusi Metode Delphi II (Rumah Mutu Tahap I)

