

TUGAS AKHIR

PENGEMBANGAN PRODUK KONSUMEN DENGAN FOKUS KEBUTUHAN PELANGGAN (Studi Kasus pada Produk Minuman Teh PT XYZ)

**Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat
Dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)**



Disusun Oleh:

Nama : Feri Irawan
NIM : 41605120090
Program Studi : Teknik Industri

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : FERI IRAWAN

N.I.M : 41605120090

Jurusan : Teknik Industri

Fakultas : Teknologi Industri

Judul Skripsi : **Pengembangan Produk Konsumen dengan fokus
Kebutuhan Pelanggan (Studi Kasus pada Produk
Minuman Teh PT. XYZ)**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya.

Penulis

(Feri Irawan)

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGEMBANGAN PRODUK KONSUMEN
DENGAN FOKUS KEBUTUHAN PELANGGAN
(Studi Kasus pada Produk Minuman Teh PT XYZ)**



Disusun Oleh:

Nama : Feri Irawan
NIM : 41605120090
Program Studi : Teknik Industri

Pembimbing

(Ir. Muhammad Kholil, MT)

Mengetahui,
Koordinator TA / KaProdi

(Ir. Muhammad Kholil, MT)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah. Segala puji bagi Allah. Pujian dari orang-orang yang bersyukur, atas kehendak dan segala anugerah-Nya yang telah memberi kekuatan dan kemampuan kepada penulis untuk menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini. Shalawat dan salam semoga senantiasa dicurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang diutus sebagai rahmat untuk semesta alam. Juga kepada keluarga, para sahabat dan pengikutnya yang mengikuti petunjuknya dan mengamalkan sunnahnya.

Tugas akhir yang berjudul ” *Pengembangan Produk Konsumen dengan fokus Kebutuhan Pelanggan (Studi Kasus pada produk Minuman Teh PT. XYZ)* ” ini diajukan guna memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih atas segala bantuan, bimbingan, dorongan serta saran yang telah diberikan kepada:

1. Orang-orang Tua penulis, Ayah dan Ibu di Pulau Kijang – Riau, Papa dan Mama di Padang – Sumatera Barat, atas segala do’a serta dukungan untuk menyelesaikan kuliah dan mendapatkan yang terbaik dalam kehidupan Penulis.

2. Isteriku tercinta, Lisa Acong atas segala pengorbanan, kesabaran dan pengertian yang diberikan walaupun sering ditinggal dan tidak pernah berlibur bersama pada hari Sabtu dan Minggu.
3. Bapak Ir. M. Kholil, MT. Selaku koordinator sekaligus pembimbing tugas akhir, yang telah memberikan referensi dan dukungan yang begitu besar.
4. Bapak Ir. Yenon Orsa, MT. Selaku Direktur Program Kelas Karyawan, Universitas Mercu Buana, Jakarta.
5. Management dari PT. XYZ yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengumpulkan data sebagai bahan penyusunan tugas akhir ini.
6. Seluruh dosen dan staff Program Studi Teknik Industri, Universitas Mercu Buana, Jakarta.
7. Rekan-rekan Teknik Industri Angkatan VIII, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Segala kekurangan dan kelebihan penulis kembalikan kepada Allah SWT. Semoga laporan ini dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi yang memerlukannya.

Jakarta, Februari 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	2
1.3. Asumsi dan Batasan Masalah	2
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	4
1.6. Metodologi Penelitian	4
1.7. Sistematika Penulisan	5
1.8. Sumber Pustaka	6
 BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Pengembangan Produk	7
2.2. Kualitas	8
2.3. Kepuasan Konsumen	10
2.4. Survei Pelanggan	10
2.5. Metode Sampling	12

2.6	Pengujian Kecocokan Distribusi	13
2.7.	Pengujian Validitas dan Realibilitas Instrumen	13
2.8.	Pengolahan Data Kuisoner	15
2.9.	Diagram Pareto	16
2.10.	Quality Function Deployment (QFD)	16
2.11.	House of Quality (HoQ)	18
2.12.	Concept Selection Matrix	22
2.13.	Gabungan Part Deployment & Process Planning Matrix.....	22
2.14.	Production Planning Matrix	23
2.15.	Metode Pengujian Organoleptik	24

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1.	Objek Penelitian	26
3.2.	Pengumpulan Data	27
3.3.	Metode Pengumpulan Data	27
3.4.	Jalan Penelitian	
3.4.1	Studi Pendahuluan	28
3.4.2	Identifikasi Masalah	29
3.4.3	Perumusan Masalah, Penetapan Tujuan dan Manfaat Penelitian	30
3.4.4	Pengumpulan Data	31
3.4.5	Uji Validitas dan Realibilitas	32
3.4.6	Pengolahan Data	33
3.4.7	Penggunaan Konsep QFD	33
3.4.8	Production Trial	33
3.4.9	Pengujian Produk Hasil Pengembangan	34
3.4.10	Analisa Data	34
3.4.11	Kesimpulan dan Saran	34

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1	Pengumpulan Data	
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	36

4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	37
4.1.3	Kegiatan Usaha Perusahaan	37
4.1.4	Profil Perusahaan	38
4.1.5	Profil Responden	38
4.1.6	Data minuman yang aman untuk kesehatan	40
4.1.7	Data minuman sebagai teman makan & teman Bekerja/belajar	42
4.1.8	Data kelebihan dari jenis-jenis minuman	46
4.1.9	Data kekurangan dari jenis-jenis minuman	48
4.1.10	Data teh sebagai minuman menyehatkan	50
4.1.11	Data persepsi teh dari biji sejenis tanaman	52
4.1.12	Data keluhan pelanggan	56
4.2	Pengolahan Data	
4.2.1	Penentuan atribut kebutuhan konsumen	57
4.2.2	Survey Pendahuluan	58
4.2.3	Survey Pelanggan	60
	4.2.3.1 Pengujian Validitas Kuisoner	60
	4.2.3.2 Pengujian Realibilitas Kuisoner	62
4.2.4	Pengolahan Data Kuisoner	63

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1	Survey Pendahuluan	64
5.2	Survey Pelanggan	66
5.3	Pembuatan House of Quality (HoQ)	

5.3.1	Memasukkan Data Kebutuhan Pelanggan	69
5.3.2	Memasukkan Nilai Hasil Survey	69
5.3.3	Penentuan Technical Relations	69
5.3.4	Penentuan Direction of Goodness	71
5.3.5	Mengisi kolom Interrelationship Matrix & Correlation Matrix	72
5.3.6	Penghitungan Improvement Ratio	72
5.3.7	Penentuan Sales Point	74
5.3.8	Penghitungan Raw Weight	75
5.3.9	Penghitungan Absolute Importance & Relative Importance.....	76
5.4	Pembuatan Alternatif Konsep Pengembangan Produk	
5.4.1	Perumusan Atribut yang harus dikembangkan	78
5.4.2	Pembuatan Konsep Pengembangan Produk	79
	5.4.2.1 Pembuatan konsep pengembangan atribut efek kesegaran	81
	5.4.2.2 Pembuatan konsep pengembangan atribut aroma	81
5.5	Pemilihan Konsep Pengembangan Produk	82
5.6	Pembuatan Gabungan <i>Part Deployment</i> Dan <i>Process Planning Matrix</i>	83
5.7	Pembuatan Production Planning Matrix	83
5.8	Production Trial	85
5.9	Pengujian Pengembangan Produk	86

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	90
6.2	Saran	91
	Daftar Pustaka	92
	Lampiran	94

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Isi Bagian Matriks HoQ	18
Tabel 2.2	Impact Symbol	20
Tabel 2.3	Symbol pada Technical Correlation Matrix	20
Tabel 3.1	Skala Tingkat Kepentingan	32
Tabel 3.2	Skala Tingkat Kepuasan	32
Tabel 4.1	Kelebihan dari jenis-jenis minuman (%)	47
Tabel 4.2	Kekurangan dari jenis-jenis minuman %)	49
Tabel 4.3	Alasan Menyehatkan	51
Tabel 4.4	Teh dari biji tanaman – Favorable Comments	53
Tabel 4.5	Teh dari biji tanaman – Unfavorable Comments	54
Tabel 4.6	Keluhan Pelanggan	56
Tabel 4.7	Daftar Atribut Kebutuhan Pelanggan	58
Tabel 4.8	Merk Minuman Teh yang paling sering dikonsumsi	59
Tabel 4.9	Hasil Perhitungan Koefisien Validitas Kuisoner	62
Tabel 4.10	Hasil Perhitungan Koefisien Alpha Kuisoner	62
Tabel 4.11	Hasil Perhitungan Mean Kuisoner 1, 2 dan 3	63
Tabel 5.1	Daftar Technical Relations	70
Tabel 5.2	Direction of Goodness	71
Tabel 5.3	Urutan Nilai Improvement Ratio	73
Tabel 5.4	Urutan Sales Points	74
Tabel 5.5	Urutan Raw Weight	76
Tabel 5.6	Technical Relation Target.....	77
Tabel 5.7	Daftar Prioritas Atribut yang dikembangkan	78
Tabel 5.8	Daftar Atribut yang dikembangkan	79

Tabel 5.9	Arahan Solusi Pengembangan	79
Tabel 5.10	Arti Skala Concept Selection Matrix	82
Tabel 5.11	Concept Selection Matrix	82
Tabel 5.12	Output Wilcoxon Match Pair Test	88

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 2.1	Model empat fase dalam QFD	17
Gamabr 2.2	Matriks HoQ	18
Gambar 3.1	Kerangka Metodologi Penelitian	35
Gambar 4.1	Profil Responden Berdasarkan Kelas Ekonomi Sosial	39
Gambar 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	39
Gambar 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaannya	40
Gambar 4.4	Ranking Minuman yang Aman untuk Kesehatan	41
Gambar 4.5	Ranking Minuman sebagai Teman Makan	43
Gambar 4.6	Ranking Minuman sebagai Teman Bekerja/Belajar	45
Gambar 4.7	Teh Minuman yang Menyehatkan	51
Gambar 4.8	Minuman Teh dari Biji Tanaman Alami	55
Gambar 4.9	Fish Bone Diagram Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan terhadap Produk Minuman Teh	57
Gambar 4.10	Grafik Minuman yang Paling Sering di Konsumsi	60
Gambar 5.1	Production Planning Matrix	85