

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan produksi adalah pengolahan atau proses dari input menjadi output dan output dipengaruhi oleh input. Pada dasarnya produksi berasal dari bahasa Inggris *to produce* yang artinya menghasilkan. Produksi adalah kegiatan yang menghasilkan atau menciptakan barang dan jasa. Seorang Individu atau kelompok yang melakukan proses produksi disebut produsen. Sedangkan, barang atau jasa yang dihasilkan disebut produk. Pengertian produksi adalah kegiatan yang dilakukan oleh produsen (Individu atau kelompok yang melakukan proses produksi) untuk menghasilkan atau menambah nilai guna suatu barang atau jasa. Dalam arti lain, produksi dapat juga didefinisikan sebagai kegiatan untuk menambah nilai guna barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Sedangkan, pengertian produksi dalam bidang ekonomi mengacu pada kegiatan yang berhubungan dengan usaha penciptaan dan penambahan kegunaan atau utilitas suatu barang dan jasa. Berdasarkan semua pengertian produksi ini, pada dasarnya kegiatan produksi mengacu pada dua konsep kegiatan menghasilkan barang dan jasa. Kegiatan produksi adalah menghasilkan barang dan jasa sehingga bertambah jumlahnya atau memperbesar ukurannya.

Pertumbuhan industri yang kian pesat memicu persaingan lebih kompetitif dan perusahaan dituntut untuk meningkatkan kinerjanya demi tujuan memberikan nilai lebih kepada konsumen. Konsumen juga semakin selektif, pilihan produk yang tersaji di pasaran menjadikan konsumen lebih pintar dalam memilih. Perusahaan harus menemukan cara mempertahankan konsumen, perusahaan selayaknya juga berkembang seiring perubahan dari kebutuhan konsumen yang semakin beragam dan cenderung semakin selektif. Untuk bertahan, perusahaan haruslah memiliki keunggulan kompetitif yang dapat di capai dengan

meningkatkan efisiensi serta melakukan perbaikan terus-menerus, semuanya akan tercermin dari strategi-strategi yang dilakukan perusahaan tersebut dalam menciptakan produk dan jasa yang lebih murah (*cheaper*), lebih baik (*better*) dan lebih cepat (*faster*). Di dunia industri pada saat ini, perusahaan atau industri harus menjalankan proses operasinya dengan efektif dan efisien. Segala upaya yang dilakukan perusahaan adalah demi menciptakan *sustainable competitive advantage* (Porter, 1990).

Perusahaan memiliki aktivitas primer dan aktivitas sekunder yang harus dijalankan secara optimal untuk meningkatkan keunggulan kompetitif. Di persaingan yang cukup ketat perusahaan atau industri dituntut untuk memiliki kelebihan dibandingkan perusahaan atau industri lain, oleh sebab itu setiap perusahaan memiliki strategi dalam menghadapi persaingan (Kerin et al., 1990).

Strategi bersaing secara umum didefinisikan sebagai serangkaian tindakan terpadu yang diambil oleh sebuah perusahaan yang menghasilkan keunggulan yang berkelanjutan atas pesaing. Setiap perusahaan atau industri penting memiliki faktor penentu keberhasilan yang sangat berguna dalam membantu perusahaan berkembang pada lingkungan bisnis yang penuh persaingan dan dapat menuntun perusahaan mencapai kesuksesan. Perusahaan atau industri harus melakukan identifikasi terus menerus serta menghilangkan pemborosan (*waste*) atau *output* berupa produk rusak/gagal dalam seluruh proses. Untuk mengatasi hal ini ada *Lean manufacturing* yaitu sebuah cara berfikir, filosofi, metode dan strategi manajemen untuk meningkatkan efisiensi di lini manufaktur atau produksi. Fungsi dari *lean manufacturing* ialah mereduksi *lead time*, menghilangkan hambatan dalam proses, serta mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya perusahaan. Salah satu kendala utama yang sering dihadapi perusahaan dalam proses operasinya adalah munculnya pemborosan (*waste*).

Gaspersz, (2007) mengartikan waste sebagai seluruh aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah dalam suatu proses produksi sepanjang *value stream* (peta aliran nilai) dan adanya metode yang diperkenalkan oleh (Akao, 1972) yaitu QFD (*Quality Function Deployment*) yang metode ini digunakan untuk mengembangkan produk sedini mungkin, yang juga merupakan metode yang digunakan untuk efisiensi produk dan kualitas mutu produk sehingga produsen dapat memaksimalkan produk dan diterima oleh konsumen (Oakland & Aldridge, 1995). QFD juga berguna untuk mengurangi waktu pengembangan produk karena memfokuskan kepada produk yang akan dipasarkan sehingga mencapai *standart* yang telah di inginkan, karena metode QFD menggunakan pendapat atau masukan dari konsumen yang menggunakan produk perusahaan untuk mengetahui apa saja kekurangan dari produk itu sendiri. Fokus utama metode QFD (*Quality Function Deployment*) adalah melibatkan konsumen dalam proses pengembangan produk, karena pelanggan tidak akan puas dengan suatu produk meskipun suatu produk tersebut telah dihasilkan secara sempurna (Akao & King, 1990).

Menurut Ficalora, (2009) metode untuk produk terstruktur atau perencanaan pelayanan dan pengembangan yang memungkinkan suatu tim pengembangan untuk menentukan dengan jelas apa yang pelanggan inginkan dan butuhkan kemudian mengevaluasi atau menilai setiap produk yang diusulkan atau layanan yang sistematis dalam hal dampaknya karena memenuhi kepentingan dan kebutuhan konsumen. QFD fase 1 adalah HoQ (*House of Quality*) yang digunakan untuk mengetahui hal apa saja yang dibutuhkan dan inginkan tentang produk dari perusahaan sehingga didapatkan atribut untuk meningkatkan kualitas produk.

Menurut Sukardi, (2011), Proses produksi yang memperhatikan kualitas akan menghasilkan produk yang bebas dari kerusakan. Hal ini dapat

menghindari pemborosan dan efisiensi sehingga biaya produksi per unit dapat ditekan dan harga produk dapat menjadi lebih kompetitif. Penelitian yang dilakukan oleh (Windarti, 2014) perbaikan kualitas terhadap proses produksi harus dilakukan terus-menerus agar meminimalisir cacat produk (*core*) produk itu sendiri.

Djumhariyanto, (2016) pengembangan alat bantu jalan dengan metode (QFD). *Quality Function Deployment* (QFD) adalah suatu metode untuk perancangan produk dan pelayanan. QFD di mulai dengan mendengar suara dari konsumen sebagai masukan yang penting, dilanjutkan dengan bagaimana cara merespon suara konsumen tersebut. Keinginan dan kebutuhan konsumen merupakan pedoman sekaligus petunjuk bagi pengembang untuk keperluan dalam perancangan dan pengembangan produk ini maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Dalam QFD terdapat beberapa matrik, yang pertama disebut *House of Quality* yang memuat suara konsumen. Sedangkan selanjutnya merupakan matrik-matrik tambahan QFD (Djumhariyanto, 2016). Pada tahap *Voice of Customer* dilakukan survey tentang keinginan dan kebutuhan dari pelanggan. Dimana informasi yang didapat dapat digunakan sebagai masukan dalam tahap berikutnya yaitu pembuatan rumah kualitas. Prosedur umum dalam pengumpulan suara pelanggan adalah: Menentukan atribut-atribut yang dipentingkan pelanggan (berupa data kualitatif) dan mengukur tingkat kepentingan dari atribut-atribut tersebut (berupa data kuantitatif). Data kualitatif umumnya diperoleh dari wawancara dan observasi terhadap pelanggan, sementara data kuantitatif diperoleh melalui survey atau poling. Riset penelitian QFD sudah pernah dilakukan oleh (Mao et al., 2019) berjudul kerangka kerja berbasis penyebaran fungsi kualitas untuk meningkatkan ketahanan infrastruktur kritis system penelitian ini mengusulkan fungsi kualitas kerangka kerja berbasis penyebaran (QFD) untuk memperkuat ketahanan CIS. Yang diusulkan kerangka

kerja melibatkan berbagai tahapan siklus hidup CIS, dan mempertimbangkan korelasi antara upaya peningkatan ketahanan.

CV. Bronzarindo adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pembuatan berbagai jenis patung dengan menggunakan teknik cor dan semen di Trowulan Mojokerto, salah satu produknya adalah patung MOAI. Patung MOAI yang di fungsikan untuk gardening. Dalam upaya memasarkan produk patung MOAI tersebut CV. Bronzarindo menggunakan jasa internet untuk menarik pembeli dari pasar Nasional maupun Internasional. Untuk pasar Nasional berada di wilayah Bali dan Yogyakarta, dan untuk pasar Internasional berada di wilayah Eropa, Asia, dan Australia. Oleh karena itu, kualitas produk merupakan factor pertama dalam membawa puncak keberhasilan bisnis, perkembangan dan peningkatan posisi bersaing. Terlepas dari itu dan dalam rangka memenuhi permintaan patung dari dalam negeri maupun luar negeri. Perusahaan tersebut tentu telah berkembang dan akan terus berkembang dengan cepat menanggapi permintaan pasar yang selalu berubah.

Beberapa konsumen pun sudah mengetahui jika ada beberapa item yang di produksi biasanya mempunyai strategi untuk pemasaran di sosial media karena memang pangsa pasarnya adalah kebanyakan kalangan pengusaha, namun tidak semua konsumen puas dengan kualitas produk yang di buat pada CV. Bronzarindo, seperti kutipan jawaban wawancara saya terhadap beberapa konsumen “saya menyukai produk yang dibuat CV. Bronzarindo karena desainnya menarik tetapi ada kekurangan pada bahan dan beberapa bentuk”. Banyak pula yang sudah membeli produk patung pesaing mendapati kekurangan pada produk, seperti bahan baku pembuatan patung, dan untuk beberapa juga ada yang mengeluhkan tentang kualitas ketahanan patung, misalnya keretakan pada bagian-bagian tertentu, serta beberapa bentuk yang masih perlu adanya perbaikan.

Dalam mengikuti trend yang mendominasi pasar dalam bidang industri kerajinan patung, kota Mojokerto pun tidak luput terkena dampaknya banyak bermunculan bentuk-bentuk patung dengan identitas masing-masing dan mempunyai segment yang berbeda-beda pula, kualitas bahan, harga dan model yang beragam, seperti contoh beberapa bentuk patung yang produknya sudah sampai hampir di beberapa kota besar di Indonesia bahkan sampai luar negeri, tetapi memang tidak semua konsumen jeli dengan memilih produk yang bagus atau yang benar benar sesuai dengan harga belinya, kebanyakan yang diamati oleh konsumen dengan masalah yang ada terutama bahan baku produk dan kualitas bahan baku produk yang dirasa kurang memuaskan konsumen dan tidak sedikit pula produsen yang tidak memperhatikan kualitas produk mereka yang ada dipasaran. Setelah mengamati fenomena permasalahan yang ada maka peneliti tertarik untuk memilih judul **“PENERAPAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD) UNTUK PENINGKATAN KUALITAS PRODUK PATUNG MOAI PADA CV. BRONZARINDO”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas tersebut, maka dalam penelitian ini peneliti merumuskan masalah penelitian ini bertujuan untuk sebagai berikut:

1. Bagaimana menentukan kualitas produk patung moai yang bagus?
2. Bagaimana hasil analisis resiko proses produksi terhadap kualitas produk pada CV. Bronzarindo?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam laporan analisa ini, dalam rangka meningkatkan kualitas produksi hasil patung yaitu :

1. Mengetahui kualitas produk patung moai yang bagus pada CV. Bronzarindo.
2. Mengetahui resiko proses produksi terhadap peningkatan kualitas produk pada CV. Bronzarindo.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Mampu menerapkan keilmuan teknik industri yang diperoleh selama kuliah. Untuk memberikan solusi terhadap masalah yang ada pada perusahaan dan pengalaman praktek dalam menganalisa suatu masalah yang terjadi secara ilmiah.

2. Bagi Akademik

Penulisan skripsi ini dapat menambah wawasan dalam kajian ilmiah dibidang produksi, khususnya yang berkaitan dengan proses produksi dalam pembuatan patung dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya yang membahas hal yang hampir sama.

3. Bagi Perusahaan

Sebagai penelitian yang ilmiah dapat digunakan produsen dalam bidang tersebut untuk mempelajari bagaimana kelebihan dan kekurangan produk serta bagaimana produsen dapat meningkatkan kegiatan dalam bidang produksi guna memenuhi kualitas yang terbaik.

1.6 Batasan Masalah

Batasan masalah adalah hal yang termasuk penting karena mampu digunakan dalam mengarahkan analisis dan pengumpulan data. Dalam hal ini dapat memperkecil dan menghindari adanya kesalahan dalam pembahasan

judul. Maka dari itu penelitian ini dibatasi masalah dalam kegiatan produksi, kualitas produk, dan memperkecil resiko yang tidak bisa dijangkau sepenuhnya oleh perusahaan atau pihak pihak tertentu dalam perusahaan. Penelitian ini asumsi dan batasan yang dipergunakan antara lain:

1. Penelitian menggunakan data yang diperoleh dari sumber-sumber yang bisa dipertanggung jawabkan dan dianalisis sesuai metode penelitian.
2. Penggunaan *QFD* hanya sampai pada house of quality
3. Penelitian ini berfokus pada kualitas produk dan mempertimbangkan resiko proses produksi dari CV. Bronzarindo.

1.7 Sistematika Penulisan

Secara umum penelitian ini akan dibuat dalam 5 bab yang terdiri dari :

BAB I : Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Berisi tentang teori-teori yang mendukung penelitian, seperti pengertian produksi dan manajemen produksi, pengertian perusahaan industry, pengertian produk patung, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran.

BAB III : Metode Penelitian

Berisi waktu dan wilayah penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data.

BAB IV: Hasil dan Pembahasan

Berisi deskripsi tentang obyek penelitian, pengujian dan hasil analisis, dan pembahasan hasil.

BAB V : Penutup

Berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.