

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyak persaingan di bidang industri terutama di bidang konstruksi/*Material Building* sangat kompetitif dan ketat sehingga setiap perusahaan harus mampu mengungguli persaingan tersebut. Hampir seluruh perusahaan saling berlomba-lomba untuk memperbaiki serta memperbarui kualitas produknya sehingga dapat menghasilkan kualitas produk yang terbaik bagi pelanggannya. Perusahaan yang konsisten bisa memertahankan kualitas produknya tentunya akan berdampak pada loyalitas dari konsumennya. Selera konsumen dalam memilih suatu produk juga akan bervariasi seiring perkembangan teknologi, dengan pesatnya perkembangan teknologi saat ini mewajibkan bagi perusahaan untuk terus berinovasi serta perusahaan harus mampu menciptakan produk yang sesuai permintaan konsumen saat ini, dengan tujuan untuk mempertahankan pelanggannya agar tidak berpindah ke tempat lainnya.

Dalam membangun sebuah bisnis, keberhasilan serta keuntungan menjadi faktor utama perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan tidak luput dari peranan konsumen jadi perusahaan harus bisa membuat konsumen menjadi puas dengan produknya, namun kepuasan konsumen sendiri yaitu sekarang ini paling penting bagi sebagian besar perusahaan, ada suatu produk yang rendah dari harapan konsumen otomatis konsumen akan menjadi kecewa, ada suatu produk sesuai harapan perusahaan dan konsumen dengan ini, konsumen akan senang dan jika produk melebihi harapan, mereka akan senang. Pemikiran tersebut akan membuat konsumen akan membeli produk tersebut atau tidak, serta konsumen

mengatakan baik atau buruk tentang suatu produk kepada orang lain (Rahayu, 2020).

Kepuasan menjadi faktor utama mengacu dari penelitian terhadap konsumen yang dilakukan oleh sebagian perusahaan besar. Hal ini dilaksanakan untuk memahami apa saja yang diinginkan konsumen. Perusahaan perlu melihat konsumen sudah merasa puas atau belum dengan kualitas produk yang sudah diberikan perusahaan dengan tujuan membangun loyalitas/loyalitas pelanggan untuk kepentingan perusahaan.

Sekarang ini banyak sekali pembangunan salah satu bagian dalam pembangunan yaitu pembuatan dinding atau tembok, dari kebanyakan konsumen sekarang rata-rata dalam pembangunan baik itu pembangunan rumah, maupun gedung atau juga yang lainnya terutama dalam pembuatan dinding atau tembok bisa menggunakan bata ringan, batu bata, dan batako. Maka kelebihan dan kekurangan dari produk bata ringan, batu bata, dan batako :

Tabel 1.1 Kekurangan dan kelebihan bata ringan, batu bata, dan batako

	Bata Ringan	Batu Bata	Batako
Gambar Produk			
Kelebihan	<ul style="list-style-type: none"> -kuat tekan tinggi -tidak diperlukan plesteran tebal, cukup 2,5 cm -kedap air 	<ul style="list-style-type: none"> -tidak memerlukan keahlian khusus dalam pemasangan -murah harganya -mudah didapatkan 	<ul style="list-style-type: none"> -lebih mudah dipotong -dalam pemakaian tidak perlu direndam -kedap air
Kekurangan	<ul style="list-style-type: none"> -dijual dalam m^3 -diperlukan keahlian khusus dalam pemasangannya -menggunakan perekat khusus 	<ul style="list-style-type: none"> -sulit untuk membuat pasangan bata yang rapi -boros dalam penggunaan semen -waktu pemasangan lebih lama 	<ul style="list-style-type: none"> -kekuatan lebih rendah daripada batu bata -mudah retak/pecah -kurang baik untuk insulasi panas dan suara

(Sumber : Diolah penulis, 2021)

Dilihat dari kelebihan dan kekurangan dari bata ringan, batako , dan bata merah seperti yang disebutkan pada tabel diatas bahan material yang baik untuk pembuatan dinding yaitu dengan menggunakan bata ringan dari pada

menggunakan batu bata/bata merah ataupun batako dalam pembangunan, dikarenakan bata ringan mudah dalam pemakaiannya, lebih ringan serta tidak menghabiskan pengeluaran dana yang terlalu banyak karena bata ringan dalam penggunaan perekat/semen lebih sedikit daripada batu bata jadi bisa lebih hemat.

Jika perusahaan Anda ingin menjaga kualitas produk, Anda dapat menggunakan pendekatan *Quality Function Deployment* (QFD). Menurut (Wahyudi, 2002), QFD adalah alat untuk mengkonsep dan mengembangkan produk baru yang dapat mengintegrasikan kualitas ke dalam desain dan menerjemahkan kebutuhan dan keinginan konsumen ke dalam persyaratan teknis. Selama desain dan pengembangan produk, QFD digunakan untuk mengevaluasi konsep produk. Atas dasar ini, tujuan keseluruhan adalah untuk melakukan inovasi produk dengan mendengarkan suara pelanggan (*voice of customer*). Metode yang digunakan adalah *Quality Function Deployment* (QFD), yang terdiri dari empat tahap yaitu perencanaan produk, perencanaan komponen. ..., proses perencanaan dan perencanaan produksi. Alat yang digunakan selama pengumpulan data di tempat adalah survey (Meidasari, Shofi, & Bachtiar, 2015).

Aplikasi *Quality Function Deployment* (QFD) dibatasi oleh imajinasi. Tujuan mendasar QFD adalah untuk "menyampaikan" umpan balik pelanggan dalam desain produk. Hal ini memungkinkan pengusaha untuk mengevaluasi tanggapan potensial terhadap kebutuhan pelanggan yang sangat umum. Hal ini penting karena hampir semua organisasi (perusahaan) menghadapi persaingan seperti perubahan harga, pengenalan produk baru dan perubahan organisasi perusahaan sejenis. Perubahan-perubahan tersebut merupakan suatu persaingan yang dapat berdampak positif atau negatif bagi organisasi (Cohen, 1995). QFD juga merupakan sistem pengembangan produk dari desain produk dan proses

manufaktur hingga pengiriman produk ke konsumen, dan pengembangan produk didasarkan pada keinginan konsumen (Djati, 2003).

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pendekatan *Quality Function Deployment* (QFD) dapat mengembangkan dan menjaga kualitas produk. Menurut (Yustian, 2015), dalam penelitiannya sedang melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan QFD untuk mengembangkan produk baru untuk susu kemasan dan yogurt. Motivasi PT MSA untuk menyelesaikan pengembangan produk meliputi banyak aspek, antara lain kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, perubahan kebutuhan konsumen, persaingan, keinginan untuk meningkatkan keuntungan dan mempertahankan posisi pasar.

Menurut (Hasibuan & Sutrisno, 2018) dengan menggunakan metode QFD, kami melakukan penelitian untuk memperbarui desain tas travel multifungsi yang memudahkan pergerakan orang agar penggunaan tas travel lebih optimal. Ciri-ciri desain tas travel adalah bentuk tas travel persegi panjang, bentuk pegangan tas travel persegi panjang, warna tas travel biru dan merah bata, berapa ukuran tas? 51, lebar 26 cm, pegangan tas travel tinggi 5 cm, tinggi tas travel 3 cm, dekorasi/pola tas travel sederhana, bahan travel bag polymer. Fitur tambahan dari kalender, travel handle plastik, travel bag aluminium, roda baja dan travel bag adalah tempat minuman dan tahan air.

Menurut (Yuliarty, Permana, & Pratama, 2011), pelajari lebih lanjut tentang perencanaan proyek papan tulis terintegrasi yang menggunakan pendekatan QFD untuk meningkatkan kenyamanan pengguna. Hasil dari pembaruan desain papan tulis ini dapat bekerja pada fitur-fitur utamanya. Desain papan tulis ini memudahkan pengguna papan tulis untuk menghapus. Hasil dari desain *whiteboard* ini dapat no

Menurut (Noviana & Hastanto, 2014), melakukan survey pengembangan produk batik Kalimantan dengan metode QFD, analisis sampel batik khas Kalimantan Timur sesuai keinginan konsumen. Hasil akhir dari penelitian adalah mengarah pada pengembangan pola batik baru yang menjadi ciri khas Kalimantan Timur. Hal ini dapat diterapkan pada kebutuhan sehari-hari yang mendukung identitas budaya suku bangsa, seperti pakaian (seragam kerja dan sekolah) dan aksesoris.

PT Priority One Indonesia adalah perusahaan berkembang di bidang manufaktur komoditas *Material Building* yang memproduksi bata ringan. PT Priority One Indonesia memiliki produk akhir berupa bata ringan dengan merk atau *brand* Priority One Indonesia, pelanggan dari produk bata ringan Priority One Indonesia ini sendiri bisa mencakup di wilayah Indonesia khususnya di wilayah Jawa Timur meliputi Surabaya, Sidoarjo, Mojokerto, Nganjuk, Blitar, Malang, Magetan, Pasuruan dan wilayah lainnya.

Untuk meningkatkan kualitas produk dari bata ringan yang di produksi di PT Priority One Indonesia, saat ini perusahaan wajib untuk mengembangkan lagi kualitasnya karena berkembangnya suatu kualitas produk bisa membuat kepuasan tersendiri bagi konsumen atau pelanggan. Jika perusahaan berhasil dalam mengembangkan kualitas produknya maka otomatis perusahaan akan mendapatkan keuntungan jika sebaliknya kalau perusahaan tidak bisa mengembangkan kualitas produknya maka perusahaan mengalami kerugian sebab konsumen bisa berpindah ke perusahaan yang lainnya.

Pada penelitian ini peneliti ingin mengusulkan suatu pengembangan kualitas produk bata ringan dengan metode *Quality Function Deployment* (QFD) untuk PT Priority One Indonesia agar kualitas produk bata ringan di PT Priority One

Indonesia bisa lebih maksimal dan tidak ada keluhan dari konsumen. Seperti disebutkan di atas, dalam penelitian ini, peneliti ingin mengembangkan penelitian dengan judul “Pengembangan Kualitas Produk Bata Ringan Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* (QFD)” yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dari bata ringan sehingga konsumen memiliki kepuasan tersendiri.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam konteks latar belakang yang telah diuraikan, dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana hasil dari pengembangan kualitas produk bata ringan dengan metode *Quality Function Deployment* (QFD)?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk meningkatkan kualitas produk bata ringan serta untuk mengetahui hasil dari pengembangan kualitas bata ringan dengan metode *Quality Function Deployment* (QFD).

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi Akademis

Dapat memberikan ilmu tentang teknik industri khususnya yang berkaitan dengan pengembangan kualitas suatu produk.

2. Bagi Peneliti selanjutnya

Semoga dapat dijadikan sebagai standar dan masukan bagi penelitian saat ini dalam penelitian lain serta sebagai dasar dan acuan untuk mempermudah penelitiannya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil survei ini dapat dipergunakan perusahaan PT Priority One Indonesia dalam pengembangan kualitas produknya demi mencapai kualitas yang tinggi,

serta menjadi kepuasan kepada pelanggan untuk pelanggan yang telah membeli produknya.

1.5 Batasan Masalah

1. Penelitian ini dilaksanakan di PT Priority One Indonesia jalan Raya Krikilan KM 28 Larangan Driyorejo Kabupaten Gresik Jawa Timur.
2. Penelitian ini hanya mencakup pengembangan kualitas produk bata ringan di PT Priority One Indonesia.
3. Pengisi kuesioner hanyalah konsumen bata ringan dari PT Priority One Indonesia.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab I : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan tentang konteks masalah, bagaimana masalah dirumuskan, tujuan penelitian, kepentingan penelitian, batasan penelitian, dan cara penulisan sistematisasinya.

Bab II : Kajian Pustaka

Bab ini menjelaskan landasan teori yang terkait dengan butir masalah yang dianalisis..

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini memaparkan metode yang digunakan untuk terlaksananya penelitian ini.

Bab IV : Analisis dan Pembahasan

Bab ini menyajikan pengolahan data yang disusun menjadi profil perusahaan, deskripsi data, serta pembahasan dan analisis.

Bab V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisikan kesimpulan tentang hasil penelitian yang telah terlaksana dan saran untuk arah penelitian selanjutnya.