

Perancangan Kemasan Produk Tahu Walik Dengan Metode *Quality Function Deployment* (Studi Kasus *Home Industry* Tahu Walik Lawang)

Ken Erliana¹, Rahmad Wibowo²

^{1,2}Teknik Industri, Universitas Merdeka Malang

Email: dfdv2008@yahoo.com

Abstrak

Tahu walik adalah makanan dari perpaduan antara tahu dengan olahan bakso ayam yang menghasilkan cita rasa yang pas dan memberi kenikmatan pada saat memakannya. Produk *Home Industry* tahu walik merupakan produk yang baru naik daun di daerah Malang. saat ini tahu walik hanya dikemas menggunakan plastik ukuran 1 kg tanpa logo, sehingga banyak konsumen yang tidak tahu identitas produsen produk tahu walik. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui usulan desain kemasan tahu walik yang memberikan informasi produk kepada konsumen dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD). Atribut didapatkan dengan cara melakukan wawancara dengan konsumen. Setelah mengetahui atribut kemudian dilakukan pengolahan menggunakan *House of Quality* (HOQ). Rekomendasi yang diusulkan adalah kemasan memiliki tanggal kadaluarsa, komposisi, cara penyajian, merk, harga, logo, gambar, warna, dan ciri khas serta memiliki kualitas transparan, bahan tebal, kedap udara, tahan air, dan ukuran pas.

Kata Kunci : *Quality Function Deployment, Voice of Customer, House of Quality, Home Industry Tahu Walik, Kemasan*

Abstract

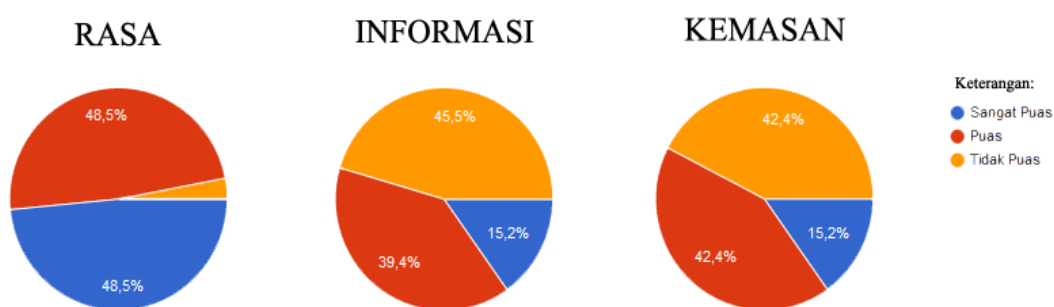
Tahu walik is food from a combination of tofu with processed chicken meatballs that produce the right flavor and give pleasure when eating it. Tahu walik's Home Industry product is a new product that is rising in the Malang area. at present tofu walik is only packed using 1kg plastic size without a logo, so many consumers do not know the identity of the tahu walik product manufacturer. The purpose of this study was to determine the proposal of tahu walik packaging design that provides product information to consumers by using the Quality Function Deployment (QFD) method. Attributes are obtained by conducting interviews with consumers. After knowing the attributes, it is then processed using House of Quality (HOQ). The recommended recommendation is the packaging has an expiration date, composition, method of presentation, brand, price, logo, image, color, and characteristics and has transparent quality, thick material, airtight, waterproof, and fitting size.

Keywords: *Quality Function Deployment, Voice of Customer, House of Quality, Home Industry Tahu Walik, Packaging*

PENDAHULUAN

Tahu walik adalah makanan dari perpaduan antara tahu dengan olahan bakso ayam yang menghasilkan cita rasa yang pas dan memberi kenikmatan pada saat memakannya. Salah satu produsen yang memproduksi tahu walik adalah *Home Industry* Tahu Walik.

Produk *Home Industry* tahu walik merupakan produk yang baru naik daun di daerah Malang. Berawal dari iseng-iseng sang pemilik untuk membuat camilan hingga akhirnya banyak masyarakat yang tertarik untuk memesan. Saat ini tahu walik menjadi makanan yang digemari masyarakat khususnya di daerah kecamatan Lawang Kabupaten Malang. Awal produksi tahu walik ini pada awal bulan Juni 2018. Pemasarannya dari mulut ke mulut hingga ke media sosial sehingga rata-rata setiap hari dapat memproduksi hingga 100 bungkus tahu walik, dalam satu bungkus berisi 30 tahu dan di produksi setiap hari kecuali hari minggu. Meskipun produksi tahu walik cukup banyak, saat ini tahu walik hanya dikemas menggunakan plastik ukuran 1 kg tanpa logo, sehingga banyak konsumen yang tidak tahu identitas produsen produk tahu walik tersebut, hal ini berdasarkan dari hasil survey pendahuluan terhadap 33 konsumen tahu walik yang terdapat pada gambar 1.1, ditemukan hasil sebanyak 45,5% tidak puas terhadap informasi produk dan 42,4% tidak puas terhadap kemasan produk tahu walik tersebut.



Gambar 1. Diagram Survey Pendahuluan

Dari permasalahan tersebut dan untuk memenuhi kebutuhan konsumen terhadap *Home Industry* tahu walik, peneliti membuat desain usulan melalui perancangan logo, desain kemasan, dan nama brand tahu walik yang dapat menarik minat konsumen menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD).

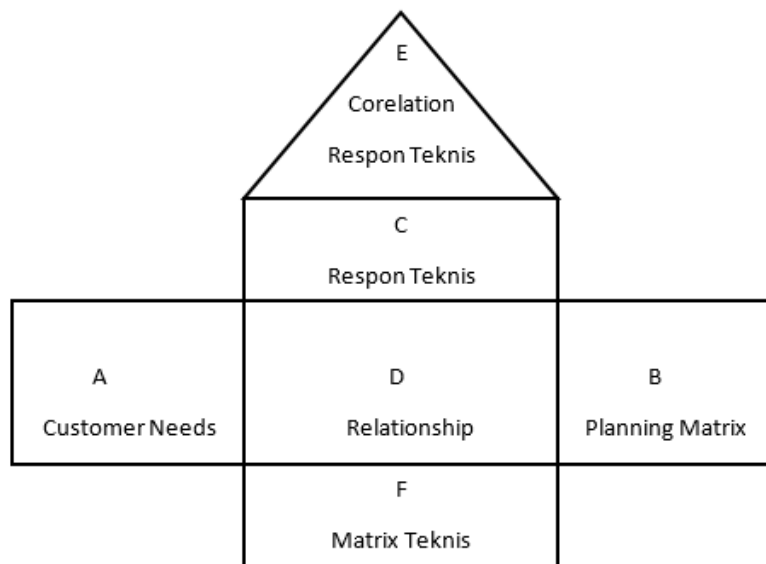
TINJAUAN PUSTAKA

Quality Function Deployment (QFD) adalah suatu proses / mekanisme terstruktur untuk memenuhi keinginan pelanggan dan menerjemahkan keinginan-keinginan itu kedalam keinginan teknis yang relevan (Gaspersz, 2002). Inti dari QFD yaitu suatu matrik besar yang menghubungkan keinginan pelanggan (*Whats*) dan bagaimana suatu produk didesain untuk memenuhi keinginan pelanggan (*Hows*).

Implementasi QFD mempunyai tiga tahap, dimana semua kegiatan yang dilakukan pada setiap tahapan dapat diterapkan seperti layaknya suatu proyek, dengan cara terlebih dahulu melakukan tahap perencanaan dan persiapan, ketiga proses tersebut adalah (Cohen, 1995):

- a. Tahap pengumpulan *Voice Of Customer*
- b. Tahap penyusunan *House Of Quality*
- c. Tahap Analisa dan Interpretasi

Dalam membuat desain usulan dibutuhkan atribut dari *Voice of Customer* yang di dapatkan melalui wawancara dan kuesioner kepada konsumen. Hasil kuesioner kemudian diolah dengan menggunakan *House of Quality* (HOQ) yang juga merupakan salah satu tahap dalam QFD.



Gambar 2. *House of Quality*

Produk adalah segala sesuatu baik fisik maupun non fisik yang dapat ditawarkan dalam pasar untuk menjadi perhatian (*attention*), menjadi milik (*acquisition*), dipakai atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Erliana, 2018). 3 komponen utama yang membentuk sebuah produk antara lain :

1. Komponen Inti, yaitu manfaat utama dari produk tersebut yang benar- benar dicari pelanggan atau karena alasan pelanggan mencari produk tersebut.
2. Komponen Pembungkus, yaitu atribut utama yang dimiliki produk dalam mengkomunikasikan dan membawa manfaat produk tersebut. Atribut ini antara lain kualitas rancangan, kemasan, dan merk.
3. Komponen Pendukung, yaitu manfaat tambahan yang diperoleh pelanggan dari produk tersebut dalam servis, garansi, dan pemasangan.

METODE PENELITIAN

Pengumpulan data dan pengolahan data dilakukan untuk memperoleh informasi dan data yang diperlukan, dengan tahapan sebagai berikut :

1. Survei Pendahuluan, survei pendahuluan dilakukan untuk menemukan variabel apa yang kurang pada desain saat ini. Survei ini dilakukan kepada 33 konsumen tahu walik lawang.
2. Wawancara, wawancara dilakukan kepada konsumen tahu walik untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan atau *Voice of Customer*.
3. Hasil dari *Voice of Customer* kemudian di masukan kedalam kuesioner yang di sebar kepada 33 konsumen tahu walik untuk menentukan nilai dari variabel kepuasan, kepentingan, dan harapan (*goal*).
4. Tahap *House of Quality*
5. Membuat desain usulan dengan menggunakan *software* CorelDraw dan Photoshop.
6. Kesimpulan dan Saran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Voice of Customer (VOC)

Data Voice of Customer (VOC) yang di dapat dari hasil pengolahan data wawancara dengan konsumen tahu walik.

Tabel 1. Voice Of Customer

Informasi Produk	Tanggal Kadaluarsa (v1)
	Komposisi (v2)
	Cara Penyajian (v3)
	Merk (v4)
	Harga (v5)
Desain Kemasan	Logo (v6)
	Gambar (v7)
	Warna (v8)
	Ciri Khas (v9)
Kualitas Kemasan	Transparan (v10)
	Bahan Tebal (v11)
	Kedap Udara (v12)
	Tahan Air (v13)
	Ukuran Pas (v14)

Berdasarkan VOC di atas maka dibuatlah kuesioner yang disebar kepada 33 konsumen tahu walik. Setelah mendapatkan hasil dari kuesioner kemudian dilakukan pengolahan dengan *House of Quality*.

Tabel 2. Planning Matrix

Customer Requirements	Plan Matrix	Kepentingan	Kepuasan	Goal	Improvment	Sales Point	RW	NRW
INFORMASI PRODUK	v1	4,18	2,70	3,55	1,31	1,20	6,59	0,084
	v2	4,00	2,61	3,45	1,32	1,20	6,35	0,081
	v3	3,97	2,61	3,55	1,36	1,50	8,09	0,103
	v4	3,88	2,61	3,36	1,29	1,50	7,50	0,095
	v5	3,76	2,76	3,09	1,12	1,00	4,21	0,053
DESAIN KEMASAN	v6	3,88	2,52	3,52	1,39	1,50	8,12	0,103
	v7	3,85	2,45	3,67	1,50	1,20	6,91	0,080
	v8	3,52	2,61	3,36	1,29	1,50	6,80	0,087
	v9	3,79	2,70	3,33	1,23	1,00	4,68	0,060
KUALITAS KEMASAN	v10	3,55	3,18	2,61	0,82	1,00	2,91	0,040
	v11	3,94	3,06	2,97	0,97	1,20	4,59	0,060
	v12	3,94	2,97	2,91	0,98	1,20	4,63	0,059
	v13	4,00	2,97	2,67	0,90	1,20	4,32	0,055
	v14	3,9	3,2	2,6	0,8	1,0	3,1	0,040

Berdasarkan *House of Quality* maka dibuatlah beberapa usulan alternatif untuk dipilih oleh pemilik usaha melalui brainstorming dengan peneliti. Berikut macam-macam alternatif dari atribut beserta alternatif yang dipilih oleh pemilik.

1. Tanggal kadaluarsa

Alternatif tanggal kadaluarsa adalah:

- a. Tanggal kadaluarsa di cetak langsung dengan kemasan
- b. Tanggal kadaluarsa ditulis manual

Alternatif yang dipilih oleh pemilik untuk tanggal kadaluarsa adalah alternatif b. Menurut pemilik alternatif b lebih mudah digunakan, karena tidak perlu membuat kemasan baru setiap melakukan produksi.

2. Komposisi

Alternatif informasi komposisi adalah:

- a. Informasi komposisi diberi informasi berat tiap bahan
- b. Informasi komposisi hanya berisi tentang bahan baku

Alternatif yang dipilih pemilik untuk informasi komposisi adalah alternatif b. Menurut pemilik alternatif a menjaga resep rahasia tidak terpublikasikan.

3. Cara Penyajian

Alternatif informasi cara penyajian adalah:

- a. Informasi cara penyajian dalam bentuk tulisan.
- b. Informasi cara penyajian dalam bentuk gambar.

Alternatif yang dipilih pemilik untuk informasi cara penyajian adalah alternatif a, menurut pemilik alternatif a lebih mudah dibaca dari alternatif yang lain.

4. Label Harga

Alternatif Label Harga adalah:

- a. Menggunakan label harga
- b. Tidak menggunakan label harga

Alternatif yang dipilih pemilik untuk label harga adalah alternatif a, menurut pemilik alternatif a bisa memberikan informasi kepada konsumen.

5. Logo

Alternatif Logo adalah:

- a. Logo menggunakan model huruf inisial nama brand saja
- b. Logo memperlihatkan nama brand yang jelas
- c. Logo menggunakan simbol

Alternatif yang dipilih pemilik untuk logo adalah alternatif b, menurut pemilik alternatif b lebih bisa memberikan informasi produsen.

6. Gambar

Alternatif Gambar adalah:

- a. Gambar menggunakan foto produk
- b. Gambar menggunakan animasi produk
- c. Gambar menggunakan foto pemilik

Alternatif yang dipilih pemilik untuk gambar adalah alternatif b, menurut pemilik alternatif b lebih menarik jika menggunakan animasi produk.

7. Warna

Alternatif Warna adalah:

- a. Warna menggunakan warna yang menarik pada kemasan
- b. Warna menggunakan warna yang kalem pada kemasan

Alternatif yang dipilih pemilik untuk warna adalah alternatif a, menurut pemilik alternatif a dapat lebih menarik konsumen karena warna terang lebih mencolok.

8. Bahan

Alternatif bahan:

- a. Bahan kemasan menggunakan bahan plastik
- b. Bahan kemasan menggunakan bahan kombinasi kardus dan plastik

Alternatif yang dipilih pemilik untuk bahan adalah alternatif a, menurut pemilik alternatif a bahanya lebih mudah dicari dan murah, serta sesuai dengan kebutuhan konsumen.

9. Nama Brand

Nama brand atau merk ditentukan dari hasil brainstorming dengan pemilik *home industry tahu* walik. Pemilihan nama dengan cara memberikan saran mengenai nama yang berkesan bagi pemilik untuk dijadikan nama brand. hasilnya, nama yang diberikan yaitu nama brand “Pak Mastani” yang ber-arti nama orang tua dari pemilik *home industry tahu* walik tersebut.

10. Kedap udara

Untuk alternatif kedap udara, pemilik memilih tidak menggunakan atribut ini dikarenakan akan mengeluarkan biaya tambahan untuk membeli mesin *vacum*.

Tabel 5. Hasil pengembangan alternatif

Kriteria	Hasil
Tanggal Kadaluarsa	Tanggal kadaluarsa ditulis manual
Komposisi	Informasi komposisi hanya berisi tentang bahan baku
Label Cara Penyajian	Informasi cara penyajian dalam bentuk tulisan
Label Harga	Menggunakan label harga
Logo	Logo memperlihatkan nama brand yang jelas
Gambar	Gambar menggunakan animasi produk
Warna	Warna menggunakan warna yang terang pada setiap tulisan
Bahan	Bahan kemasan menggunakan kemasan plastic
Nama Brand	Pak Mastani

Berdasarkan hasil dari HOQ dan pengembangan alternatif maka dibuatlah desain usulan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, yaitu :

- Bahan yang tahan terhadap air dan transparan yaitu bahan plastik dengan ukuran tebal 0,2 mm alasan menggunakan ketebalan tersebut dikarenakan pihak pemilik menginginkan bahan yang mudah dicari.
- Panjang 23 cm, dan lebar 14 cm disesuaikan ukuran kemasan sebelumnya.
- Kemasan juga memiliki informasi harga, merk, logo, komposisi, gambar, tanggal kadaluarsa, dan cara penyajian.
- Serta memiliki warna yang cerah yang dapat menarik minat konsumen.

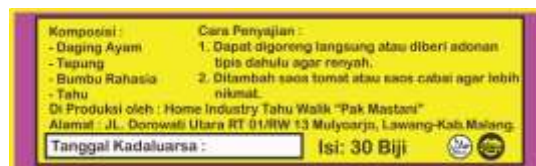
Maka dibuatlah model sebagai berikut.



Gambar 3. Model

Spesifikasi model

1. Label (komposisi cara penyajian tanggal kadaluarsa)



Gambar 4. Cara Penyajian

Ukuran : =3 cm x 10cm

- Warna Label :Ungu dan Kuning
 - Warna Teks : Hitam
2. Gambar dan Label Harga
 - Ukuran : 7,2 cm x 9,7 cm
 - Bentuk Gambar :Animasi Tahu Walik dengan saos cabai
 - Warna Gambar :Coklat dan Jingga
 - Warna Label Harga :Merah dan Kuning
 - Warna Teks : Hitam



Gambar 5. Animasi Tahu Walik

3. Teks “Tahu Walik”

- Ukuran :10,8 cm x 5 cm
- Warna :Ungu dan Kuning



Gambar 6. Teks Tahu Walik

PENUTUP

Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan mengenai rancangan desain kemasan tahu walik ditarik kesimpulan yaitu Label yang di rancang berisi informasi cara penyajian, komposisi, dan tanggal kadaluarsa berukuran 3 cm x 10 cm dengan warna ungu dan kuning berisi teks dengan warna hitam. Logo berbentuk lingkaran dengan ukuran diameter 5,5 cm berwarna ungu dan kuning serta terdapat nama brand dari produsen tahu walik yaitu “Pak Mastani” berwarna hitam.

Gambar yang digunakan pada rancangan kemasan berbentuk animasi produk tahu walik yang sudah dimasak digabung dengan label harga yang berwarna merah, kuning, dan teks berwarna hitam dengan ukuran 7,2 cm x 9,2 cm. Bahan yang digunakan adalah plastik kemasan ukuran tebal 0,2 mm dengan panjang 23 cm dan lebar 14 cm karena bahan tersebut sesuai dengan prioritas dalam pengembangan yaitu tahan air, dan transparan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cohen, L. (1995). *Quality Function Deployment : How to Make QFD Work For You*. Massachusetts : Addison Wesley Publishing Company.
- Erliana, K. (2018). Pengembangan Produk *Power Point Template*. Modul Kuliah Jurusan Teknik Industri.
- Gaspersz, V. (2002). *Total Quality Management*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Ulrich, K. T. (2012). *Product Design and Development*. Edisi ke-4. New York: Mc Graw Hill Book.