

**ANALISIS KUALITAS DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK
ABON JAMUR AILANI**

SKRIPSI

Oleh
SARASWATI RETAMI PUTRI
MINAT MANAJEMEN AGRIBISNIS



UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
MALANG
2013

**ANALISIS KUALITAS DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK
ABON JAMUR AILANI**

Oleh:

**SARASWATI RETAMI PUTRI
0910440198-44**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
MALANG**

2013
PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, Agustus 2013

Saraswati Retami Putri

NIM. 0910440198-44



Lembar Persembahan

Bismillahiraahmanirahim

Katakanlah (Muhammad), “ Tidak akan menimpa kami melainkan apa yang telah ditetapkan Allah bagi kami. Dialah pelindung kami, dan hanya kepada Allah bertakwallah orang-orang yang beriman.”

Q.S. At-Taubah ayat 51

Berjuta ucapan saya persembahkan untuk Allah SWT atas keberkahan yang diberikan dalam setiap langkah untuk menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam bagi junjunganku Nabi Muhammad SAW atas teladannya.

Ucapan terimakasih yang tiada tara, saya persembahkan kepada orang tuaku Drs. Djarto Oetomo, MM dan Dra. Sudarjatiningasih MPd yang tiada henti memberikan dukungan dan doa yang tulus sedari lahir.

Adikku tercinta Muhammad Hanif Abyanto yang telah mendukungku dan menyemangatiku untuk menyelesaikan skripsi ini.

Bapak Ir. Heru Santoso HS., dan Ibu Dina Novia Priminingtyas. SP., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran, arahan, dukungan, nasihat, motivasi, serta doa selama proses penyusunan skripsi.

Ibu Dr. Ir. Rini Dwiastuti, MS dan Ir. Agustina Shinta H. W. MP, selaku penguji yang telah memberikan saran, arahan, dan motivasi dalam prnyusunan skripsi.

Saudara Sya’ban Nasution terima kasih atas izin yang diberikan untuk melakukan penelitian tentang abon jamur AILANI dan bantuan selama penyusunan skripsi berlangsung.

My lovely sista “Geolika Marita Daryanti” thanks for support, and the pleasure time

My lovely hero Ryantino Zulfikar Salis thanks for the love, patient, and support.

Kepada teman-teman agribisnis 2009, teman-teman kelas D 2009 “WARIOR”, teman-teman kosan Watu Gongr (Delbra, Linda, Dita, Mbak Rischa), teman-teman kosan Bendungan Sengguruh 36 (Fenny, Iregra, Linda, Ita, Sari, Riris) terima kasih telah membantu dalam penyusunan skripsi.

RINGKASAN

Saraswati Retami Putri. 0910440198. Analisis Kualitas dan Strategi Pengembangan Produk Abon Jamur AILANI. Di bawah bimbingan Ir. Heru Santoso HS., SU sebagai Pembimbing Utama, Dina Novia Priminingtyas. SP., M.Si sebagai Pembimbing Pendamping.

Kondisi strategis Indonesia sebagai negara agraris, khususnya di sektor pertanian merupakan potensi yang dapat dikembangkan. Potensi dan peluang pengembangan pertanian subsektor hortikultura, terutama untuk komoditi jamur memiliki prospek yang sangat baik. Rahmat *et al* (2011), data dari Masyarakat Agribisnis Jamur Indonesia (MAJI) menyebutkan, pada 2004 tingkat konsumsi jamur di Indonesia baru mencapai 0,05 kg per kapita per tahun. Angka ini berbeda jika dibandingkan dengan negara lain, seperti Perancis (2,5 kg per kapita per tahun) dan Cina (3,5 kg per kapita per tahun). Hal tersebut memiliki makna bahwa pasar jamur di Indonesia masih memiliki kesempatan untuk penambahan produksi. Oleh karena itu, AILANI menjadikan kesempatan tersebut sebagai peluang untuk menciptakan suatu produk abon berbahan baku utama jamur tiram berwarna putih.

Tumbuhan jamur sudah lama dikenal sebagai bahan makanan. Jamur-jamur yang sering dijadikan bahan makanan adalah jamur merang, jamur tiram, jamur kancing, dan jamur shiitake. Jamur dapat diolah menjadi berbagai jenis makanan, salah satunya abon (Armawi, 2009). Abon adalah sejenis makanan kering berbentuk serpihan, dibuat dari daging yang diberi bumbu kemudian digoreng. Biasanya penampilan abon berwarna coklat terang hingga kehitaman (Fachruddin, 1997). Dalam menjalankan usaha abon jamur, produsen abon jamur AILANI terus mencari tahu sejauh mana produk abon jamur mampu memenuhi keinginan pelanggan. Produsen abon jamur AILANI perlu merumuskan strategi usaha yang tepat dengan mengenali lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha AILANI untuk mencapai tujuan usaha.

Berdasarkan pemikiran di atas, maka penelitian terhadap diversifikasi produk abon jamur dilakukan. Tujuan penelitian ini antara lain 1. Menganalisis persyaratan kualitas abon jamur AILANI yang diinginkan oleh pelanggan dapat dilaksanakan sesuai dengan persyaratan teknik agar dapat terwujud *House Of Quality*. 2. Merumuskan matrik SWOT abon jamur AILANI dengan didasarkan pada faktor internal dan eksternal yang terdapat pada House Of Quality. 3. Menentukan strategi yang dapat digunakan abon jamur AILANI berdasarkan faktor internal dan eksternal yang terdapat pada House Of Quality.

Penelitian dilakukan pada Bulan April hingga Juni 2013. Penentuan lokasi penelitian abon jamur AILANI dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa AILANI merupakan perusahaan yang menciptakan diversifikasi produk berbahan baku jamur tiram berupa abon. Teknik penentuan responden diawali dengan menetapkan lokasi pengecer abon jamur AILANI, kemudian menentukan jumlah responden sebanyak 45 responden dengan menggunakan metode *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel secara kebetulan (*insidental*) bertemu pelanggan abon jamur AILANI yang membeli produk di toko pengecer abon jamur AILANI. Metode yang digunakan dalam

penelitian ini adalah analisis *House Of Quality*, Matrik SWOT, Matrik IE, dan *Quantitative Strategi Planning* (QSPM).

Hasil yang diperoleh dari penggunaan metode analisis *House Of Quality* adalah mencari tahu persyaratan pelanggan antara lain kemasan aluminium foil, berat isi 50-100 gram, memiliki kandungan protein, tidak ada kandungan penyedap. kesan abon dimulut renyah, memiliki rasa manis, warna coklat keemasan, tidak ada cemaran mikroba dan kimia, serta harga Rp 10.000-Rp 14.500. Persyaratan teknik perusahaan antara lain penggunaan bubuk perasa, penggunaan bahan pemanis gula, penggunaan bahan kemas aluminium foil, berat isi 80 gram, umur simpan produk 6 bulan, rasa dan aroma produk renyah, warna produk coklat keemasan, kandungan protein dan kandungan lemak nabati, kadar abu 7%, kadar abu tidak larut dalam asam 0.1%, dan jumlah bakteri 3000 koloni/gram. Kemudian memprioritaskan upaya perumusan dalam memenuhi keinginan pelanggan pada produk abon jamur antara lain rasa dan aroma produk yang renyah, penggunaan bubuk perasa, penggunaan bahan kemas aluminium foil, berat isi 50-100 gram, dan penggunaan pemanis gula. Prioritas teknik yang perlu didahulukan untuk mencapai kriteria persyaratan pelanggan adalah rasa dan aroma produk yang renyah.

Hasil yang diperoleh dari penggunaan matrik SWOT, matrik IE, dan SWOT dapat diketahui perusahaan berada di posisi V. Strategi yang digunakan pada posisi tersebut adalah *growth and build* (tumbuh dan kembang). Maka rekomendasi strategi yang diberikan kepada perusahaan abon jamur adalah melakukan pengembangan produk dengan cara menggunakan bahan pangan yang memiliki kandungan protein dan lemak nabati seperti bahan makanan umbi-umbian (singkong) dan kacang-kacangan (kacang kedelai dan kacang tanah) (TAS : 4.97).

Berdasarkan kesimpulan dari hasil analisis data yang dilakukan maka saran untuk AILANI adalah AILANI berpedoman pada keinginan pelanggan dan menyesuaikan kemampuan perusahaan agar produk yang dihasilkan dapat sesuai dengan keinginan pelanggan. Hal ini terkait dengan visi perusahaan yakni menjadikan produk abon jamur sebagai produk yang selalu diinginkan masyarakat.

SUMMARY

Saraswati Retami Putri. 0910440198. Analysis Of Quality And Product Development Strategy AILANI'S Mince Mushrooms. Supervised by Ir. Heru Santoso HS., SU and Dina Novia Priminingtyas. SP., M.Si.

The strategic conditions in Indonesia as an agricultural country, particularly in the agricultural sector is a potential that can be developed. The potential and opportunities of agricultural development in the horticultural subsector, especially to commodities fungus has excellent prospects. Rahmat *et al* (2011), data from the Society of agribusiness Indonesia Fungus (MAJI) mentions, in 2004 the level of consumption of the fungus in Indonesia recently reached 0.05 kg per capita per year. This figure is different when compared to other countries, such as France (2.5 kg per capita per year) and China (3.5 kg per capita per year). It has a meaning that market mushrooms in Indonesia still has a chance to increase production. Therefore, such opportunities as make AILANI opportunities to create a product made of shredded main Oyster Mushrooms are white.

Fungus has long been known as a food ingredient. Mushrooms-mushrooms are often used as food ingredients is *volvariella volvacea*, Oyster Mushrooms, button mushrooms, and shiitake mushrooms. The fungus can be processed into many different types of food, including mince (Armawi, 2009). Mince is a type of dry food pellets shaped, made from the meat spices then deep fried. Usually the appearance of mince colored light brown to blackish (Fachruddin, 1997). In running his business, manufacturer of mince mushrooms AILANI continue to seek out the extent of rousong mushroom products able to meet the wishes of the customer. A manufacturer mince mushroom AILANI need to formulate a strategy proper effort by recognizing internal and external environment that affect business ailani to accomplish a purpose business.

Based on the above reason, then research on product diversification mince mushrooms. The purpose of this studies are 1. Analyze requirements quality mince mushrooms AILANI desired by the customer, Subscriber may be exercised in accordance with the requirements of the technique in order to materialize the House Of Quality, 2. formulate a SWOT matrix mince mushrooms AILANI with based on internal and external factors that are present in the House Of Quality, 3. determine the strategies that can be used to mince mushrooms AILANI based on internal and external factors that are present in the House Of Quality.

Research conducted in April to June 2013. Location determination research of mince mushrooms AILANI done deliberately (purposive) with the consideration that AILANI is the company that created the product diversifikasi made of oyster mushroom is a mince. The technique of determining the respondent starts with setting the location of a retailer, then mince mushrooms AILANI determines the number of respondents 45 respondents using the method of sampling techniques that accidental sample determination accidental (incidental) meet customers mince mushrooms AILANI who buy products in store retailers mince mushrooms AILANI. The methods used in this study is the analysis of House Of Quality SWOT Matrix, Matrix, IE, and Quantitative Strategy Planning (QSPM).

The results obtained from the use of methods of analysis the House Of Quality is finding out the requirements of customers, such as heavy aluminum foil

packaging, contents of 50-100 grams, has a protein content, no content of flavoring. Mince impression in the mouth has a crisp, sweet taste, the golden brown color, no microbial and chemical impurities, as well as the price of Rp 10,000 to Rp 14,500. The requirements of engineering companies are the use of powder flavorings, sweetener use of materials, the use of heavy aluminum foil, wrap the content of 80 grams, product shelf life 6 months, taste and aroma of the product colour product, crispy golden brown, protein and vegetable fat content, ash content 7%, ash content not soluble in acid 0.1%, and the number of bacterial colonies/3000 grams. Then prioritise efforts in fulfilling the desires of the formulation of the customers on the product shredded mushrooms among others taste and aroma of the product which is crisp, the use of powdered flavorings, use of heavy aluminum foil, wrap the content of 50 to 100 grams, and use of the sweetener. Priority precedence need technique to achieve the criteria requirements of customers is the taste and aroma of the product which is crisp.

The results obtained from the use of SWOT matrix, a matrix of SWOT and IE can be known the company was in the position of V. Strategies used at that position is growth and build. The recommendations given to the strategy the company shredded mushrooms is doing product development by using food that has protein and vegetable fat such as groceries tubers (cassava) and beans (soybeans and peanuts) (TAS : 4.97).

Based on the results of the research, then the suggestions may be submitted to AILANI is expected in the activities of product development, based on the customer see AILANI and adjust the company's ability to make products that can be produced in accordance with the wishes of the customer. This is related to the vision of the company that makes the products as products mushrooms the jokester necessarily desirable community.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke-hadirat Allah SWT dengan rahmat dan hidayah Nya telah menuntun penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Kualitas Produk Dan Strategi Pengembangan Pada Abon Jamur AILANI (Studi Kasus di AILANI, Kelurahan Tlogomas, Kecamatan Lowokwaru, Kabupaten Malang, Jawa Timur).”

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan kerjasama dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Ir. Heru Santoso HS., selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan saran, arahan, dukungan, nasihat, motivasi, serta doa selama proses penyusunan skripsi.
2. Dina Novia Priminingtyas. SP., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah memberikan saran, arahan, dukungan, nasihat, motivasi, serta doa selama proses penyusunan skripsi.
3. Dr. Ir. Syafrial, MS., selaku Ketua Program Studi Agribisnis.
4. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah memberikan materi-materi kuliah sebagai dasar penulisan skripsi.
5. Kedua Orang Tua saya, adikku tercinta, serta seluruh keluarga besar atas doa, motivasi, dan kasih sayang yang telah diberikan.
6. Saudara Sya’ban Nasution selaku pemilik usaha abon jamur AILANI yang telah memberikan kesempatan sebagai objek penelitian.
7. Teman-teman Agribisnis 2009 atas bantuan dan kerjasamanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karenanya penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun diperlukan guna tercapainya tujuan yang diharapkan. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Malang, Agustus 2013

Penulis

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Kota Madiun, Jawa Timur pada tanggal 16 Maret 1991. Anak pertama dari dua bersaudara, putri pasangan Bapak Drs. Djarto Oetomo MM, dan Dra. Sudarjatiningsih, MPd.

Penulis menempuh pendidikan sekolah dasar di SD Negeri Manukan Kulon IV dan lulus pada tahun 2003, kemudian melanjutkan pendidikan menengah pertama yaitu di SMP Negeri 9 Surabaya. Dan lulus pada tahun 2006. Pada tahun yang sama melanjutkan kejenjang menengah atas yaitu di SMA Negeri 2 Surabaya dan lulus pada tahun 2009. Selanjutnya pada tahun 2009 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Strata I Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya Malang, Jawa Timur, melalui jalur PSB.



DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	iii
KATA PENGANTAR	v
RIWAYAT HIDUP	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Kegunaan Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Telaah Penelitian Terdahulu	8
2.2. Jamur Tiram Putih	11
2.2.1. Morfologi Jamur Tiram	12
2.2.2. Ekologi Jamur Tiram	13
2.3. Tinjauan Tentang Abon	15
2.3.1. Pengertian Abon	15
2.3.2. Standar Mutu Abon	17
2.4. Tinjauan Tentang Bahan Pangan Nabati	18
2.4.1. Umbi-umbian	18
2.4.2. Kacang-kacangan	19
2.5. Manajemen Strategi	20
2.6. Quality Function Deployment	22
2.7. Matrik SWOT	24
2.8. Matrik Internal Ekternal (IE)	25
2.9. Quantitative Strategies Planning Matrix (QSPM)	27
III. KERANGKA KONSEP PEMIKIRAN	29
3.1. Kerangka Pemikiran	29
3.2. Batasan Masalah	34
3.3. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	34
IV. METODE PENELITIAN	43
4.1. Metode Penentuan Lokasi	43
4.2. Metode Penentuan Responden	43
4.3. Metode Pengumpulan Data	44
4.4. Metode Analisis Data	44
4.4.1. Tabulasi Deskriptif	44
4.4.2. Metode Analisis <i>House Of Quality</i>	45

4.4.3. Analisis Deskriptif Kuantitatif	50
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	56
5.1. Gambaran Umum Perusahaan	56
5.1.1. Sejarah AILANI	56
5.1.2. Visi dan Misi AILANI	57
5.1.3. Struktur Organisasi AILANI	57
5.1.4. Produksi Abon Jamur AILANI	58
5.2. Karakteristik Umum Responden	59
5.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia	59
5.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	59
5.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan ..	60
5.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pendapatan Setiap Bulan	61
5.3. Penyusunan <i>Matriks House Of Quality</i>	62
5.3.1. Penyusunan Persyaratan Pelanggan (<i>What</i>)	62
5.3.2. Penyusunan Persyaratan Teknik (<i>How</i>)	69
5.3.3. Mengembangkan Matriks Hubungan Antara Persyaratan Pelanggan (<i>what</i>) dan Persyaratan Teknik (<i>How</i>)	71
5.3.4. Pengembangan Matriks Hubungan antar Persyaratan Teknik (<i>How</i>)	73
5.3.5. Penilaian Kompetitif	75
5.3.6. Pengembangan Prioritas Persyaratan Pelanggan	77
5.3.7. Pengembangan Prioritas Persyaratan Teknik	93
5.4. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Abon Jamur AILANI	100
5.4.1. Identifikasi Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)	100
5.4.2. Identifikasi Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)	101
5.4.3. Tahap Masukan (Matrik SWOT)	102
5.4.4. Tahap Pencocokan (Matrik IE)	105
5.4.5. Tahap Keputusan (Matrik QSPM)	108
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	111
6.1. Kesimpulan	111
6.2. Saran	112
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN	115

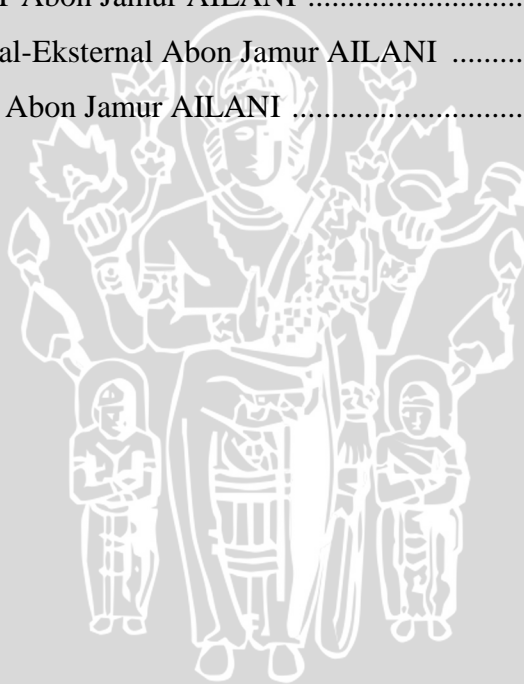
DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Syarat Mutu Abon	18
2.	Matrik SWOT	24
3.	Model Untuk Strategi Koorporat	25
4.	Bentuk Dasar QSPM (dikutip dari Umar, 2001)	28
5.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
6.	Lokasi Toko Penjualan Abon Jamur AILANI	43
7.	Eksternal Factors Evaluation	50
8.	Internal Factors Evaluation	52
9.	Matrik SWOT Abon Jamur AILANI	53
10.	Model Strategi Koorporat Abon Jamur AILANI	54
11.	Matrik QSPM Abon Jamur AILANI	55
12.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia	59
13.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	60
14.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	60
15.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Setiap Bulan	61
16.	Kriteria Kemasan Abon Jamur yang Diinginkan Pelanggan	62
17.	Kriteria Berat Isi Abon Jamur yang Diinginkan Pelanggan	63
18.	Kriteria Kandungan Gizi Abon Jamur yang Diinginkan Pelanggan	63
19.	Kriteria Kesan di Mulut (<i>Mouthfeel</i>) Abon Jamur yang Diinginkan Pelanggan	64
20.	Kandungan Penyedap Abon Jamur yang Diinginkan Pelanggan	64
21.	Kriteria Rasa Abon Jamur yang Diinginkan Pelanggan	65
22.	Kriteria Warna Abon Jamur yang Diinginkan Pelanggan	65
23.	Kriteria Kandungan Cemarana Mikroba Abon Jamur yang Diinginkan Pelanggan	66

24. Kriteria Kandungan Cemar Kimia Abon Jamur yang Diinginkan Pelanggan	67
25. Kriteria Harga Abon Jamur yang Diinginkan Pelanggan	67
26. Persyaratan Pelanggan Terhadap Abon Jamur	69
27. Karakteristik Beberapa Jenis Abon	69
28. Persyaratan Teknik Abon Jamur AILANI	70
29. Matriks Hubungan Antara Persyaratan Pelanggan dan Persyaratan Teknik Abon Jamur AILANI	72
30. Matriks Hubungan antar Persyaratan Teknik Abon Jamur AILANI	74
31. Penilaian Kompetitif Pelanggan Terhadap Abon Jamur dan Abon Sapi	76
32. Penilaian Kompetitif Teknik Terhadap Abon Jamur dan Abon Sapi	77
33. Tingkat Kepentingan Persyaratan Pelanggan Kemasan Aluminium Foil	78
34. Tingkat Kepentingan Persyaratan Pelanggan Berat Isi Abon 50-100 gram	78
35. Tingkat Kepentingan Persyaratan Pelanggan Kandungan Protein	79
36. Tingkat Kepentingan Persyaratan Pelanggan Tidak Ada Kandungan Penyedap	80
37. Tingkat Kepentingan Persyaratan Pelanggan Kesan di Mulut (<i>Mouthfeel</i>) Produk Renyah	80
38. Tingkat Kepentingan Persyaratan Pelanggan Karakteristik Rasa Manis	81
39. Tingkat Kepentingan Persyaratan Pelanggan Warna Abon Coklat Keemasan	81
40. Tingkat Kepentingan Persyaratan Pelanggan Tidak Ada Cemar Mikroba	82
41. Tingkat Kepentingan Persyaratan Pelanggan Tidak Ada Cemar Kimia	82

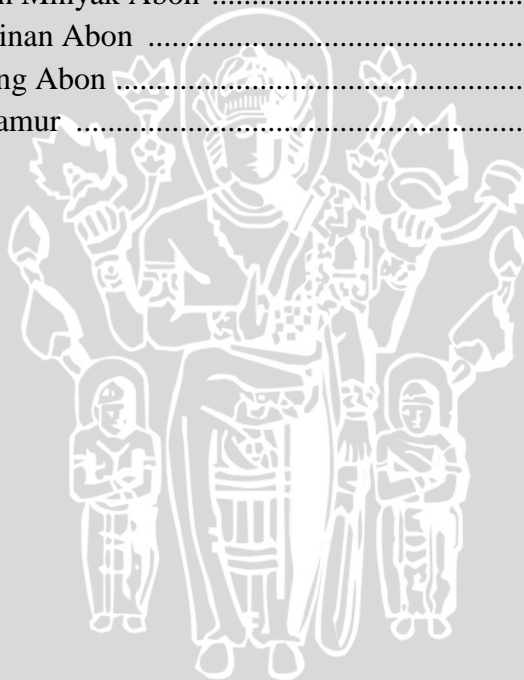
42.	Tingkat Kepentingan Persyaratan Pelanggan Harga Rp 10.000-Rp 14.500	83
43.	Tingkat Kepentingan Persyaratan Pelanggan Terhadap Abon Jamur AILANI.....	84
44.	Nilai Sasaran Setiap Persyaratan Pelanggan Abon Jamur AILANI	84
45.	Faktor Skala Kenaikan Setiap Persyaratan Pelanggan Abon Jamur AILANI	85
46.	Poin Penjualan Persyaratan Pelanggan Kemasan Aluminium Foil	86
47.	Poin Penjualan Persyaratan Pelanggan Berat Isi 50-100 gram	87
48.	Poin Penjualan Persyaratan Pelanggan Kandungan Protein	87
49.	Poin Penjualan Persyaratan Pelanggan Tidak Ada Kandungan Penyedap	88
50.	Poin Penjualan Persyaratan Pelanggan Kesan Di Mulut (<i>Mouthfeel</i>) Produk Renyah	88
51.	Poin Penjualan Persyaratan Pelanggan Karakteristik Rasa Manis	89
52.	Poin Penjualan Persyaratan Pelanggan Warna Keemasan	89
53.	Poin Penjualan Persyaratan Pelanggan Tidak Ada Cemar Mikroba	90
54.	Poin Penjualan Persyaratan Pelanggan Tidak Ada Cemar Kimia	90
55.	Poin Penjualan Persyaratan Pelanggan Harga Rp 10.000- Rp 14.500	91
56.	Poin Penjualan Setiap Persyaratan Pelanggan Terhadap Abon Jamur AILANI	92
57.	Bobot Absolut Setiap Persyaratan Pelanggan Terhadap Abon Jamur AILANI	92
58.	Derajat Kesulitan Setiap Persyaratan Teknik Abon Jamur AILANI	93
59.	Nilai Sasaran Setiap Persyaratan Teknik Abon Jamur	

AILANI	94
60. Bobot Absolut Setiap Persyaratan Teknik Abon Jamur AILANI	95
61. Bobot Relatif Setiap Persyaratan Teknik Abon Jamur AILANI	96
62. Kekuatan dan Kelemahan yang Dihadapi AILANI	100
63. Peluang dan Ancaman yang Dihadapi AILANI	101
64. Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>) Abon Jamur AILANI	103
65. Matriks EFE (<i>Eksternal Factor Evaluation</i>) Abon Jamur AILANI	104
66. Matriks SWOT Abon Jamur AILANI	105
67. Matriks Internal-Eksternal Abon Jamur AILANI	108
68. Matrik QSPM Abon Jamur AILANI	109



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	<i>House Of Quality</i> Minuman Isotonik	9
2.	<i>House Of Quality</i> Biskuit	10
3.	<i>House Of Quality</i>	23
4.	Kerangka Pemikiran Analisis Kualitas dan Strategi Pengembangan Produk Abon Jamur pada AILANI	33
5.	<i>House Of Quality</i> Abon Jamur AILANI	45
6.	Struktur Organisasi AILANI	57
7.	Grafik Penjualan Abon Jamur AILANI	58
8.	<i>House Of Quality</i> Abon Jamur AILANI	98
9.	Kegiatan Memasak Abon	135
10.	Proses Penirisan Minyak Abon	135
11.	Proses Pendinginan Abon	135
12.	Proses Packaging Abon	136
13.	Produk Abon Jamur	136



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuesioner Tahap Satu Untuk Konsumen	115
2.	Kuesioner Tahap Dua Untuk Konsumen	117
3.	Standar Produk Abon	120
4.	Persyaratan Teknik Abon Jamur AILANI	121
5.	Kuesioner Pengisian Matriks Hubungan Antara Persyaratan Pelanggan dan Persyaratan Teknik	122
6.	Kuesioner Pengisian Matriks Hubungan Antar Persyaratan Teknik	123
7.	Penilaian Matriks Hubungan Antara Persyaratan Pelanggan dan Persyaratan Teknik Abon Jamur AILANI.....	124
8.	Penilaian Kompetitif Pelanggan Terhadap Abon Jamur AILANI	125
9.	Penilaian Kompetitif Pelanggan Terhadap Produk Kompetitor Abon Sapi.....	127
10.	Perhitungan Faktor Skala Kenaikan	129
11.	Bobot Absolut Persyaratan Pelanggan	130
12.	Bobot Absolut Persyaratan Teknik	131
13.	Bobot Relatif Persyaratan Teknik	132
14.	Matriks Perbandingan Berpasangan Faktor Internal	133
15.	Matriks Perbandingan Berpasangan Faktor Eksternal	134
16.	Dokumentasi Kegiatan Produksi Abon Jamur AILANI	135

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kondisi strategis Indonesia sebagai negara agraris, mampu menunjang pembangunan ekonomi nasional. Hal ini dikarenakan adanya sumber daya dasar bagi pembangunan pertanian diantaranya iklim, potensi lahan, sumber daya manusia, dan kemampuan pengelolaan sumber daya. Pentingnya peran sektor pertanian dalam pembangunan ekonomi adalah menyediakan lapangan kerja bagi sebagian besar penduduk Indonesia, sumber pendapatan rumah tangga, sebagai sumber penghasil bahan pangan dan bahan baku bagi sektor lain, dan penghasil devisa bagi negara.

Selain kondisi strategis Indonesia, adanya globalisasi dan inovasi teknologi yang terus berkembang mengharuskan perusahaan, termasuk industri-industri pangan memiliki strategi melalui perbaikan kualitas produk agar tetap bertahan dalam persaingan. Para produsen berlomba-lomba dalam berbagai aspek termasuk biaya, layanan konsumen, waktu dalam berinovasi, dan kualitas atau mutu, untuk mendapatkan penerimaan di masyarakat. Apabila industri pangan tidak mampu meningkatkan kinerja dan kualitas produknya maka industri tersebut akan tergeser perlahan-lahan dengan banyaknya industri lain yang sudah lama maupun pendatang baru. Selain itu, ekspektasi pasar dan tren persaingan antar produsen saat ini mengharuskan terjalinnya komunikasi yang cepat dan efisien antara produsen, distributor, retail, dan pelanggan (Rahmatika, 2008).

Bentuk pengembangan di sektor pertanian salah satunya dengan cara industrialisasi berbasis pertanian atau agroindustri. Agroindustri berasal dari dua kata *agricultural* dan *industry* yang berarti suatu industri yang menggunakan hasil pertanian sebagai bahan baku utamanya atau suatu industri yang menghasilkan suatu produk yang digunakan sebagai sarana atau input dalam usaha pertanian, industri yang memproduksi peralatan dan mesin pertanian, industri input pertanian (pupuk, pestisida, herbisida, dan lain-lain) dan industri jasa sektor pertanian (Soekartawi, 1996). Salah satu komoditi hortikultura yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan oleh suatu agroindustri adalah jamur. Potensi tersebut

meliputi nilai ekonomi, kandungan nutrisi yang relatif tinggi dan kemampuan menyerap tenaga kerja yang relatif banyak.

Beberapa jenis jamur yang dapat dikonsumsi masyarakat antara lain jamur kancing, jamur tiram, jamur merang, jamur shitake, dan jamur kuping. Dari beberapa jenis jamur di atas, jamur tiram merupakan jamur yang lebih banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Rahmat *et al* (2011) kebutuhan jamur tiram untuk Jakarta mencapai 15 ton per hari dan Bandung 7-10 ton per hari. Jumlah ini belum ditambah dengan kebutuhan dari berbagai kota besar lainnya seperti Surabaya, Semarang, dan Medan. Jika dibandingkan dengan negara-negara maju, tingkat konsumsi jamur di Indonesia masih tergolong rendah. Data dari Masyarakat Agribisnis Jamur Indonesia (MAJI) menyebutkan, pada 2004 tingkat konsumsi jamur di Indonesia baru mencapai 0,05 kg per kapita per tahun. Angka ini sangat jauh berbeda jika dibandingkan dengan negara lain, seperti Perancis (2,5 kg per kapita per tahun) dan Cina (3,5 kg per kapita per tahun). Hal tersebut memiliki makna bahwasanya pasar jamur di Indonesia masih bergeliat dan sangat terbuka lebar untuk penambahan produksi.

Jamur tiram mengandung protein, karbohidrat, serat, dan lemak. Sebagai makanan, jamur tiram termasuk sayuran yang mudah dimasak dan diolah sesuai selera, misalnya olahan makanan seperti capcay, martabak telur, pepes, rendang, abon, bistik, botok, sate bakar, sup, dan yang sudah lazim dijumpai adalah jamur yang dicampur dengan mie ayam. Selain dikonsumsi sebagai bahan makanan, jamur tiram juga dipercaya berkhasiat sebagai obat, terutama untuk mengobati penyakit lever, diabetes, anemia, kolesterol tinggi, serta sebagai antiviral dan antikanker. Kandungan seratnya yang tinggi dipercaya mampu membantu mengobati gangguan pencernaan dan membantu menurunkan berat badan. Data dari Masyarakat Agribisnis Jamur Indonesia (MAJI) menyebutkan, pada 2004 tingkat konsumsi jamur di Indonesia baru mencapai 0,05 kg per kapita per tahun. Angka ini sangat jauh berbeda jika dibandingkan dengan negara lain, seperti Perancis (2,5 kg per kapita per tahun) dan Cina (3,5 kg per kapita per tahun). Hal tersebut memiliki makna bahwasanya pasar jamur di Indonesia masih bergeliat dan sangat terbuka lebar untuk penambahan produksi (Chazali *et al*, 2009).

Mengingat jamur memiliki beberapa manfaat AILANI menciptakan suatu produk abon berbahan baku utama jamur tiram berwarna putih. Dalam kegiatan produksinya AILANI selalu memperhatikan mutu dan kualitas produk yang dihasilkan. Berbagai perubahan terus dilakukan antara lain inovasi produk seperti abon jamur rasa-rasa (barbeque, keju, jagung bakar, dan balado). Abon jamur rasa yang diproduksi AILANI merupakan salah satu pengembangan produk abon jamur yang telah ada sebelumnya. Upaya perbaikan lain yang telah dilakukan oleh AILANI adalah pengantian kemasan serta desain pada abon jamur rasa, serta desain web untuk kegiatan pemasaran produk abon jamur.

Keberhasilan suatu produk tergantung dari bagaimana produk tersebut memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, dibutuhkan upaya untuk menentukan keinginan konsumen yang sesungguhnya Perusahaan akan semakin kompetitif dengan menyesuaikan spesifikasi produk mereka dengan harapan dan kebutuhan konsumen. Beberapa studi menyebutkan bahwa proyek pengembangan produk yang berdasarkan keinginan konsumen umumnya lebih berhasil dibandingkan dengan berdasarkan teknologi baru. Keinginan konsumen tersebut dapat diidentifikasi menggunakan QFD (*Quality Function Deployment—Penyebaran fungsi mutu*) yang merupakan salah satu alat dari manajemen mutu (Rahmatika, 2008).

Suatu perangkat *Quality Function Deployment* adalah *House of Quality*. *House Of Quality* (Heizer *et al*, 2009) merupakan teknis grafis untuk menjelaskan hubungan antara keinginan pelanggan dan produk (atau jasa). Hal ini berkaitan dengan upaya AILANI untuk mengetahui sejauh mana produk abon jamur mampu memenuhi keinginan pelanggan. *Quality Function Deployment* dapat membantu perusahaan untuk menerjemahkan keinginan konsumen dengan berkonsentrasi pada usaha memuaskan pelanggan dan perusahaan. Penyusunan House Of Quality didasarkan pada atribut-atribut yang diinginkan oleh pelanggan. Atribut-atribut tersebut tersebut digunakan sebagai media pendukung dalam menentukan strategi pengembangan produk abon jamur. Penentuan strategi terbaik dapat dilakukan dengan menggunakan matriks SWOT, matriks I-E, dan matriks QSPM.

1.2. Rumusan Masalah

Keberhasilan suatu produk tergantung dari bagaimana produk tersebut memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen (Rahmatika, 2008). Keinginan konsumen tersebut dapat diidentifikasi menggunakan QFD (*Quality Function Deployment*). Menurut Heizer *et al* (2009), suatu perangkat *Quality Function Deployment* adalah rumah kualitas (*House Of Quality*). Rumah kualitas merupakan teknis grafis untuk menjelaskan hubungan antara keinginan pelanggan dan produk (atau jasa). Untuk membuat rumah kualitas perusahaan diharapkan mengenali atribut apa saja keinginan pelanggan, mengenali bagaimana produk/jasa akan memuaskan pelanggan, menghubungkan keinginan pelanggan dengan bagaimana produk akan dibuat untuk memenuhi keinginan pelanggan, kenali hubungan antara sejumlah atribut bagaimana, membuat tingkat kepentingan, dan melakukan evaluasi terhadap produk pesaing.

Suatu perusahaan tidak akan pernah berhenti untuk melakukan inovasi terhadap produknya agar bisa bersaing dengan produk yang lain. Persaingan tersebut dapat diatasi dengan mencari strategi yang tepat untuk diterapkan pada perusahaan menggunakan matriks I-E, dan matriks QSPM. Namun sebelum menentukan strategi terbaik untuk perusahaan, dilakukan terlebih dahulu penyusunan terhadap faktor-faktor strategis perusahaan pada atribut persyaratan pelanggan dan persyaratan teknis dengan menggunakan matriks SWOT.

Penelitian sebelumnya tentang Perancangan Strategi Pemasaran Berbasis Integrasi QFD Dan SWOT Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan menghasilkan atribut bebas bakteri (*Hygienic*), air jernih, rasa segar, diskon harga, harga relatif terjangkau, hadiah, segel tidak rusak, jaringan pemasaran, tutup gallon dan tahan lama (*expired*). Sedangkan berdasarkan analisa SWOT yang digunakan bahwa posisi perusahaan berada pada *space strength – opportunity*, hal ini mendukung strategi agresif yaitu “Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.”

Dewasa ini produk olahan jamur tersebut antara lain jamur *chrispy*, mie ayam jamur, dan bakso jamur. Namun sekarang dapat juga kita temui produk olahan jamur lain yang berupa abon. Produk olahan ini dapat kita jumpai di Kota Malang, Jawa Timur. Salah satu produsen olahan abon jamur tersebut adalah AILANI

yang terletak di kawasan Tlogomas Kota Malang. Alasan AILANI memproduksi abon jamur terdapat pada aspek kesehatan antara lain berfungsi sebagai anti kolesterol, antioksidan, dan anti tumor, serta memiliki kandungan gizi yang lengkap seperti lemak, mineral, dan vitamin.

Dalam menjalankan usaha abon jamur, produsen abon jamur AILANI terus mencari tahu sejauh mana produk abon jamur mampu memenuhi keinginan pelanggan. Seperti yang diungkapkan oleh Heizer *et al* (2009), agar dapat memenuhi persyaratan pelanggan, perusahaan harus mengusahakan persyaratan teknik untuk menciptakan produk yang sesuai dengan persyaratan yang diinginkan oleh pelanggan. Atribut abon jamur AILANI yang menjadi persyaratan pelanggan antara lain penggunaan bahan kemasan aluminium foil, berat isi 80 gram, terdapat kandungan protein, tidak terdapat kandungan penyedap, mouthfeel produk renyah, karakteristik rasa manis, warna abon coklat keemasan, tidak ada cemaran mikroba, tidak ada cemaran kimia, harga Rp 10.000-Rp 14.500. Sedangkan persyaratan teknik yang digunakan sebagai upaya untuk menciptakan produk sesuai dengan persyaratan pelanggan antara lain penggunaan bubuk perasa, penggunaan pemanis gula, penggunaan bahan kemasan aluminium foil, berat isi 80 gram, umur simpan 6 bulan, rasa dan aroma renyah, warna produk coklat keemasan, memiliki kandungan protein, memiliki kandungan lemak, kadar abu 7 %, kadar abu tidak larut dalam asam 0.1%, jumlah bakteri 3000 koloni/gram.

Produsen abon jamur AILANI perlu merumuskan strategi usaha yang tepat dengan mengenali lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha AILANI untuk mencapai tujuan usaha. Atribut-atribut persyaratan pelanggan dan persyaratan teknik pada House Of Quality digunakan sebagai faktor-faktor strategi perusahaan. Selain itu, faktor-faktor perusahaan tersebut berfungsi untuk mengetahui posisi perusahaan. Pengelompokan persyaratan pelanggan dan persyaratan teknik menjadi faktor strategi perusahaan dapat menggunakan matriks SWOT, sedangkan untuk menentukan posisi perusahaan dapat menggunakan matriks IE. Beberapa strategi yang dibentuk melalui matriks SWOT, diolah kembali dengan menggunakan QSPM untuk menentukan strategi yang terbaik berdasarkan nilai terbesar untuk kemudian direkomendasikan bagi perusahaan. Salah satu strategi yang sering dilakukan perusahaan adalah dengan melakukan

pengembangan inovasi produk. Upaya tersebut digunakan agar perusahaan mampu bersaing dengan produk lain yang sejenis maupun produk lain yang berbeda jenis dan tetap berada di pasaran.

Berdasarkan uraian diatas, maka pertanyaan penelitian yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana persyaratan kualitas abon jamur AILANI yang diinginkan oleh pelanggan pelanggan dapat dilaksanakan sesuai dengan persyaratan teknik agar dapat terwujud *House Of Quality*.
2. Bagaimana perumusan matrik SWOT abon jamur AILANI dengan didasarkan pada faktor internal dan eksternal yang terdapat pada *House Of Quality*.
3. Bagaimana penetapan strategi abon jamur AILANI berdasarkan faktor internal dan eksternal yang terdapat pada *House Of Quality*.

1.3. Tujuan Penelitian

Dengan mengacu pada latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan diatas maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis persyaratan kualitas abon jamur AILANI yang diinginkan oleh pelanggan pelanggan dapat dilaksanakan sesuai dengan persyaratan teknik agar dapat terwujud *House Of Quality*.
2. Merumusan matrik SWOT abon jamur AILANI dengan didasarkan pada faktor internal dan eksternal yang terdapat pada *House Of Quality*.
3. Menentukan strategi yang dapat digunakan abon jamur AILANI berdasarkan faktor internal dan eksternal yang terdapat pada *House Of Quality*.

1.4. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi solusi dan sebagai bahan pertimbangan untuk berbagai pihak diantaranya :

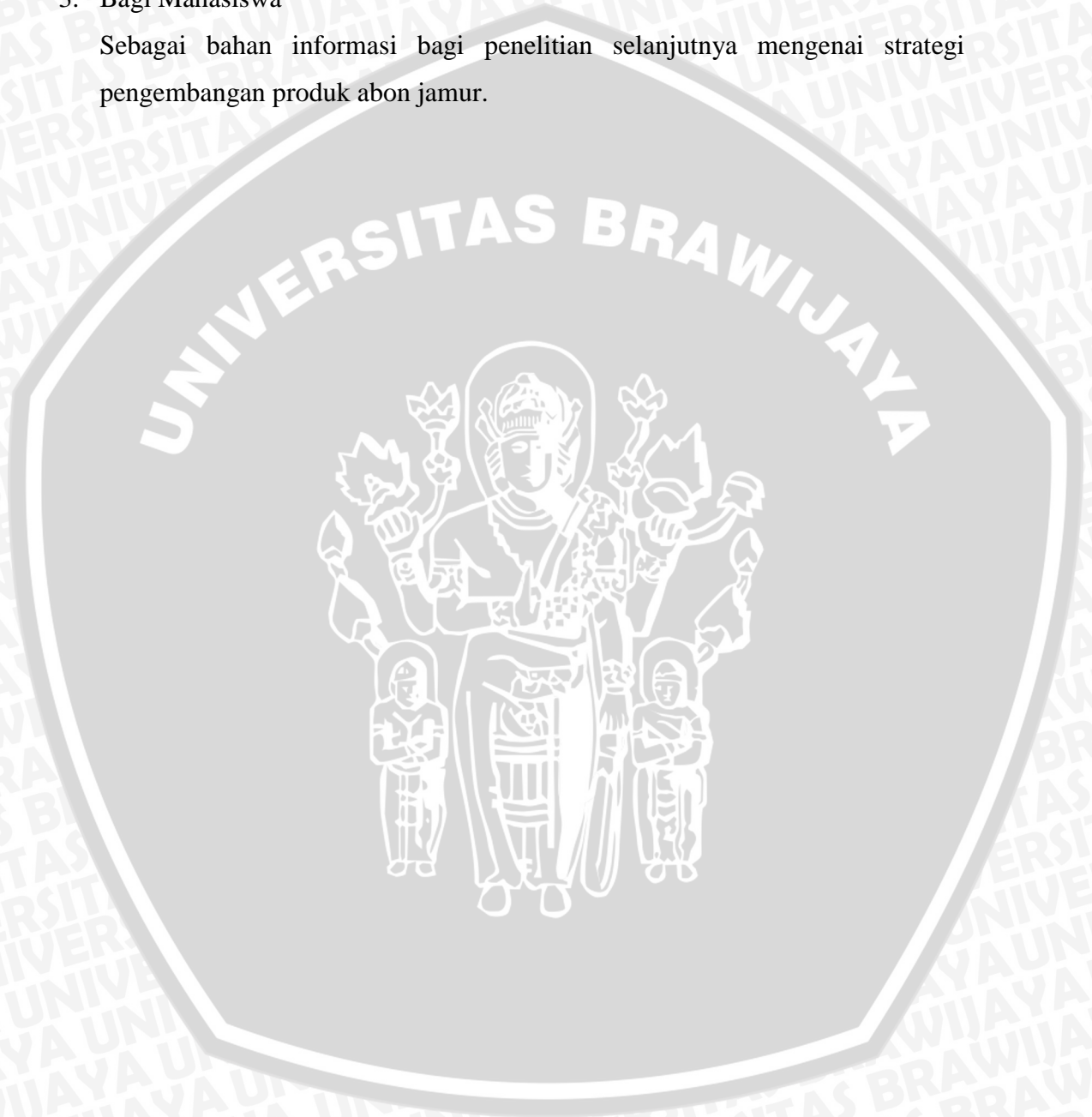
1. Bagi Peneliti
Memberikan wawasan dan pengetahuan tentang cara membangun kualitas produk agar tercipta suatu pproduk yang sesuai dengan keinginan pelanggan, dan menentukan strategi yang tepat untuk AILANI dalam kegiatan pengembangan produk.

2. Bagi Perusahaan

Memberikan masukan dalam menciptakan kualitas produk berkualitas yang sesuai dengan keinginan pelanggan, serta menerapkan strategi yang tepat untuk AILANI dalam kegiatan pengembangan produk.

3. Bagi Mahasiswa

Sebagai bahan informasi bagi penelitian selanjutnya mengenai strategi pengembangan produk abon jamur.



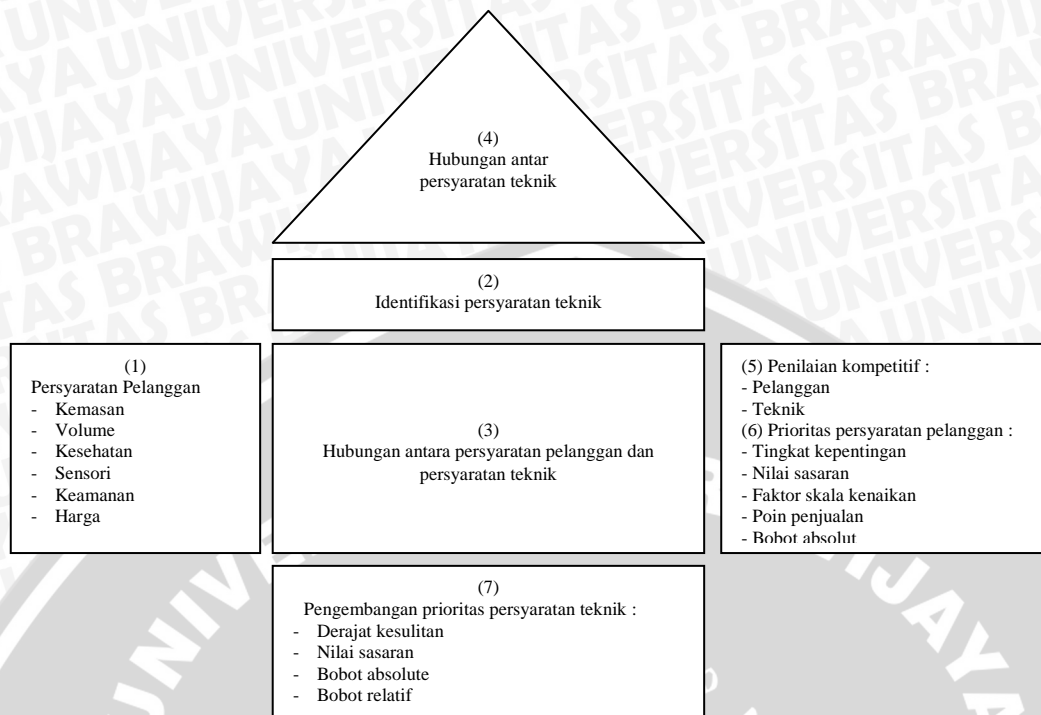
II. TINAJUAN PUSTAKA

2.1. Telaah Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian yang pada dasarnya bertujuan untuk membentuk suatu strategi yang sesuai untuk mengembangkan agroindustri telah banyak dilakukan. Penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan baik secara teoritis maupun empiris diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Sriwahyuni (2006) mengenai Analisis Diversifikasi Produk Minuman Isotonik Pada CV Fauzi, Kabupaten Bekasi Propinsi Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan objek penelitian minuman isotonik dan metode yang digunakan untuk analisis data *Quality Function Deployment*. Metode yang digunakan adalah tabulasi deskriptif dan analisis matriks *house of quality*.

Tabulasi deskriptif yang digunakan adalah tabel frekuensi. Data dibuat tabulasi dan dikelompokkan berdasarkan jawaban yang sama, kemudian dipersentasekan berdasarkan jumlah responden. Persentase terbedar merupakan faktor yang dominan dari masing-masing variabel yang diteliti. Tabulasi deskriptif digunakan untuk mengetahui karakteristik konsumen minuman isotonik, persyaratan pelanggan terhadap minuman isotonik, tingkat kepentingan serta poin penjualan dari setiap persyaratan pelanggan.

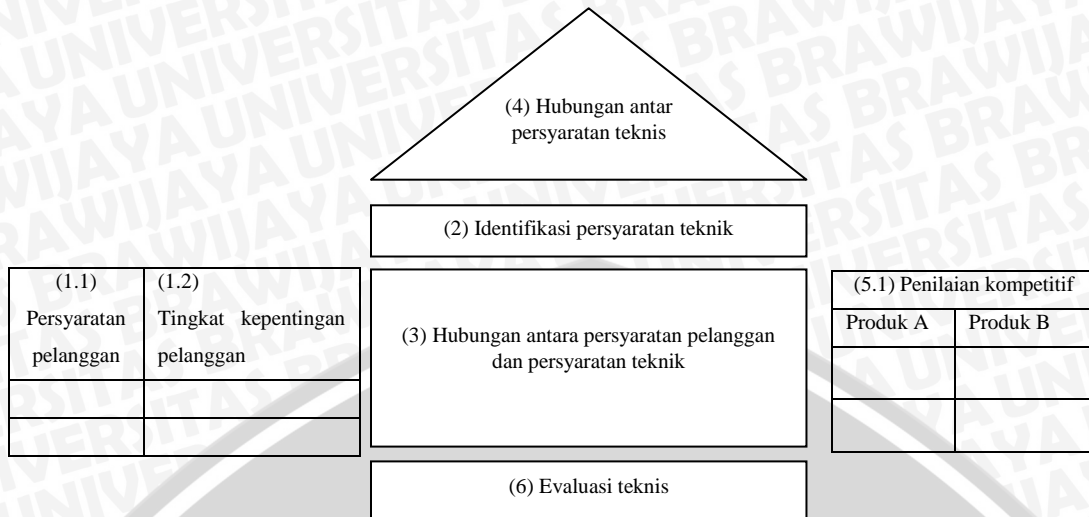
Metode analisis matriks *house of quality* menerjemahkan suara pelanggan (*voice of customer*) kedalam persyaratan desain yang memenuhi nilai tujuan spesifik dan mencocokkannya dengan bagaimana perusahaan akan memenuhi persyaratan tersebut. Analogi matriks *House of Quality* dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. House Of Quality Minuman Isotonik (dikutip dari Sriwahyuni, 2006)

Hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut adalah persyaratan pelanggan terhadap minuman isotonik yaitu jenis kemasan botol plastik, volume kemasan 500 mililiter, ada kandungan vitamin (B dan C), adanya kandungan mineral selain Na dan K seperti kalsium dan magnesium, jenis pemanis gula, kesan di mulut (*mouthfeel*) mantap, flavor buah jeruk, rasa sesuai flavor, warna minuman bening, tidak adanya cemaran mikroba, tidak adanya cemaran kimia, dan harganya antara Rp 1.500 - Rp 2.500.

Penelitian terdahulu yang dapat mendukung dalam penelitian ini nantinya adalah penelitian yang dilakukan oleh Rahmantika (2008) tentang Penerapan *Quality Function Deployment* (QFD) Untuk Mengetahui Tingkat Kepuasan Konsumen Produk Biskuit Di PT. Arnott's Indonesia. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah identifikasi kepentingan konsumen dan *Quality Function Deployment*. Matrik house of quality dapat dilihat pada Tabel 2.



Gambar 2. House Of Quality Biskuit (dikutip dari Rahmantika, 2008)

Hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut adalah Parameter teknis yang perlu diprioritaskan dalam perumusan upaya perusahaan dalam memenuhi kepentingan konsumen untuk produk biskuit merek A adalah supplier/mutu bahan baku, formulasi dan komposisi bahan pembuat biskuit, kondisi pengadukan, pengaturan operasional cutter, dan suhu pemanggangan/suhu oven. Prioritas teknis yang perlu didahulukan untuk mencapai atribut kepentingan konsumen adalah formulasi dan komposisi bahan pembuat biscuit.

Parameter teknis yang perlu diprioritaskan dalam perumusan upaya perusahaan dalam memenuhi kepentingan konsumen untuk produk biskuit merek X adalah formulasi dan komposisi bahan pembuat biskuit, suhu pemanggangan/suhu oven, dan permeabilitas kemasan. Prioritas teknis yang perlu didahulukan untuk mencapai atribut kepentingan konsumen formulasi dan komposisi bahan pembuat biskuit.

Penelitian terdahulu selanjutnya yang dapat mendukung dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Pusporini *et al* (2007) yakni tentang Perancangan Strategi Pemasaran Berbasis Integrasi QFD Dan SWOT Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Quality Function Deployment* dan SWOT. Dari hasil analisis dan interpretasi pengolahan data yang telah peneliti lakukan maka dapat diambil kesimpulan bahwa atribut-atribut yang diprioritaskan dan dipentingkan oleh

konsumen terhadap kualitas produk Air Minum Dalam Kemasan “SWA” menurut peringkat nilai *Raw weigt* adalah : Bebas bakteri (*Hygienic*), Air jernih, rasa segar, Diskon harga, Harga relatif terjangkau, Hadiah, Segel tidak rusak, Jaringan pemasaran, tutup gallon dan tahan lama (*expired*). Berdasarkan analisa SWOT yang digunakan bahwa posisi perusahaan berada pada space strength – opportunity, hal ini mendukung strategi agresif yaitu “Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.”

Dalam penelitian mengenai Analisis Kualitas dan Strategi Pengembangan Produk Abon Jamur pada AILANI, ditemukan adanya perbedaan dengan penelitian terdahulu diantaranya objek penelitian yakni abon jamur dan menggunakan salah satu dari kelima strategi meningkatkan kualitas produk yakni melalui kegiatan penelitian dan pengembangan produk. Penelitian produk bertujuan untuk mengetahui keinginan konsumen mengenai apa dan bagaimana produk yang diinginkan konsumen, sehingga produsen dapat memproduksi produk yang diinginkan oleh konsumen. Sedangkan upaya untuk mengembangkan produk dilakukan dengan menggolongkan atribut-atribut yang diperoleh dari persyaratan pelanggan dan persyaratan teknik, kemudian dilakukan analisis menggunakan matrik SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*), matrik IE, dan matrik QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*).

2.2. Jamur Tiram Putih

Menurut Widodo yang dikutip oleh Armawi (2009) sistematika secara taksonominya, klasifikasi jamur tiram putih, yaitu:

Kingdom : *Myceteae*

Divisio : *Amastigomycota*

Subdivisio : *Eumycota*

Kelas : *Basidiomycetes*

Sub kelas : *Holobasidiomycetidae*

Ordo : *Agaricales*

Familia : *Agaricaceae*

Genus : *Pleurotus*

Spesies : *Pleurotus ostreatus*

2.2.1. Morfologi Jamur Tiram

Widodo yang dikutip oleh Armawi (2009), jamur tiram merupakan jamur kayu yang tumbuh berderet menyamping pada batang kayu yang masih hidup atau yang sudah mati. Jamur ini memiliki tudung tubuh yang tumbuh mekar membentuk corong dangkal seperti kulit kerang (tiram) atau bentuknya menyerupai telinga. Hal ini sesuai dengan nama latinnya yaitu *Pleurotus*. Istilah *Pleurotus* berasal dari bahasa Yunani yang terdiri dari dua kata, yaitu *pleuoron* yang berarti menyamping dan *ous* yang berarti telinga.

Tumbuhan jamur sudah lama dikenal sebagai bahan makanan. Dalam sejarah masyarakat Cina, pemanfaatan jamur sudah dimulai sejak ribuan tahun silam. Jamur-jamur yang sering dijadikan bahan makanan seperti jamur merang, jamur tiram, jamur kancing, jamur shiitake dan sebagainya. Bahkan bagi masyarakat Jepang selalu melengkapi menu hariannya dengan jamur. Tak hanya sedap, jamur juga memiliki kualitas gizi yang baik.

Dilihat dari segi morfologi, tubuh jamur tiram terdiri dari tudung (*pileus*) dan tangkai (*stipe atau stalk*). *Pileus* berbentuk mirip cangkang tiram atau telinga dengan ukuran diameter 15 cm dan permukaan bagian bawah berlapislapis seperti insang (*lamella atau giling*) berwarna putih dan lunak yang berisi basidiospora. Bentuk pelekatan *lamella* ini adalah memanjang sampai ke tangkai atau disebut *diccident*. Sedangkan tangkainya dapat pendek atau panjang (2,6 cm) tergantung pada kondisi lingkungan dan iklim yang mempengaruhi pertumbuhannya. Tangkai ini yang menyangga tudung agak lateral (di bagian tepi) atau eksentris (agak ke tengah). Jamur tiram termasuk golongan jamur yang memiliki spora yang berwarna. Jejak sporanya menampilkan warna putih sampai kuning tiram.

Jamur tiram mempunyai nama lain *shimeji* (Jepang), *abalone mushroom* atau *oyster mushroom* (Eropa atau Amerika), *supa bat* (Jawa Barat). Warna tubuhnya putih, kecokelat-cokelatan, keabu-abuan, kekuning-kuningan, kemerah-merahan, dan sebagainya sehingga namanya tergantung pada warna tubuhnya. Bila sudah terlalu tua, apalagi kalau sudah kering, jamur tiram akan alot atau liat walaupun terus-menerus direbus. Jenis *supa liat* yang paling banyak dicari serta tumbuh secara alami yaitu yang tumbuh pada kayu lunak, seperti karet, kapuk, dan kidamar karena bentuknya besar, berdaging tebal, dan empuk.

2.2.2. Ekologi Jamur Tiram

1. Syarat Tumbuh Jamur Tiram

Menurut Gunawan yang dikutip oleh Armawi (2009), faktor fisik mempunyai hubungan dengan keperluan nutrisi bagi pertumbuhan jamur. Faktor fisik tersebut ialah suhu, pH, aerasi, cahaya dan kelembaban.

a. Suhu udara

Pada budidaya jamur tiram suhu udara memegang peranan yang penting untuk mendapatkan pertumbuhan badan buah yang optimal. Pada umumnya suhu yang optimal untuk pertumbuhan jamur tiram, dibedakan dalam dua fase yaitu fase inkubasi yang memerlukan suhu udara berkisar antara 22-28^oC dengan kelembaban 60-70 persen dan fase pembentukan tubuh buah memerlukan suhu udara antara 16-22^oC. Suhu berpengaruh terhadap pertumbuhan, keitannya dengan kerja enzim.

b. Tingkat keasaman (pH)

Pengaruh pH terhadap pertumbuhan jamur tidak dapat dinyatakan secara umum karena bergantung pada beberapa faktor, seperti ketersediaan ion logam tertentu, permeabilitas membrane sel yang berhubungan dengan pertukaran ion, produksi CO₂ atau NH₃, dan asam organik.

Tingkat keasaman media sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan jamur tiram. Derajat keasaman atau pH sangat penting dalam mengatur metabolisme dan sistem-sistem enzim, bila terjadi penyimpangan pH maka proses metabolisme jamur dapat terhenti. Sehingga untuk pertumbuhan maksimal jamur diperlukan pH yang optimum. Oleh sebab itu, apabila pH terlalu rendah atau terlalu tinggi maka pertumbuhan jamur akan terhambat. bahkan mungkin akan tumbuh jamur lain yang akan mengganggu pertumbuhan jamur tiram itu sendiri. Keasaman pH media perlu diatur antara pH 6-7 dengan menggunakan kapur (*Calcium carbonat*).

c. Aerasi

Dua komponen penting dalam udara yang berpengaruh pada pertumbuhan jamur, yaitu O₂ (oksigen) dan CO₂ (karbon dioksida). Oksigen merupakan unsur penting dalam respirasi sel. Karbon dioksida dapat berakumulasi sebagai hasil dari respirasi oleh jamur sendiri atau respirasi oleh organisme lainnya.

Akumulasi karbon dioksida yang terlalu banyak dapat mengakibatkan salah bentuk pada tubuh buah jamur. Pada *Agaricus bisporus* pengaruh karbon dioksida dapat menyebabkan tangkai menjadi sangat panjang dan pembentukan payung tidak normal. Adanya karbon dioksida sebanyak 5 persen dapat mengakibatkan *Schizophyllum commune* tidak membentuk tubuh buah. Oleh karena itu, ventilasi sangat diperlukan dalam fase pembentukan tubuh buah.

d. Cahaya

Pertumbuhan misellium akan tumbuh dengan cepat dalam keadaan gelap/tanpa sinar, Sebaiknya selama masa pertumbuhan misellium ditempatkan dalam ruangan yang gelap, tetapi pada masa pertumbuhan badan buah memerlukan adanya rangsangan sinar. Pada tempat yang sama sekali tidak ada cahaya badan buah tidak dapat tumbuh, oleh karena itu pada masa terbentuknya badan buah pada permukaan media harus mulai mendapat sinar dengan intensitas penyinaran 60-70 persen.

2. Media Tumbuh Jamur Tiram

Armawi (2009), tempat tumbuh Jamur tiram termasuk dalam jenis jamur kayu yang dapat tumbuh baik pada kayu lapuk dan mengambil bahan organik yang ada didalamnya. Untuk membudidayakan jamur jenis ini dapat menggunakan kayu atau serbuk gergaji sebagai media tanamnya. Serbuk kayu yang baik untuk dibuat sebagai bahan media tanam adalah dari jenis kayu yang keras sebab kayu yang keras banyak mengandung selulosa yang merupakan bahan yang diperlukan oleh jamur dalam jumlah banyak disamping itu kayu yang keras membuat media tanaman tidak cepat habis. Kayu atau serbuk kayu yang berasal dari kayu berdaun lebar komposisi bahan kimianya lebih baik dibandingkan dengan kayu berdaun sempit atau berdaun jarum dan yang tidak mengandung getah, sebab getah pada tanaman dapat menjadi zat ekstraktif yang menghambat pertumbuhan misellium. Hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan serbuk kayu sebagai bahan baku media tanam adalah dalam hal kebersihan dan kekeringan, selain itu serbuk kayu yang digunakan tidak busuk dan tidak ditumbuhi jamur jenis lain.

Untuk meningkatkan produksi jamur tiram, maka dalam campuran bahan media tumbuh selain serbuk gergaji sebagai bahan utama, perlu bahan tambahan berupa bekatul dan tepung jagung. Dalam hal ini harus dipilih bekatul dan tepung jagung yang mutunya baik, masih baru sebab jika sudah lama disimpan kemungkinan telah menggumpal atau telah mengalami fermentasi serta tidak tercampur dengan bahan-bahan lain yang dapat mengganggu pertumbuhan jamur. Kegunaan penambahan bekatul dan tepung jagung merupakan sumber karbohidrat, lemak dan protein. Selain itu perlu ditambahkan bahan-bahan lain seperti kapur (*Calcium carbonat*) sebagai sumber mineral dan pengatur pH meter.

2.3. Tinjauan Tentang Abon

2.3.1. Pengertian Abon

Fachruddin (1997), abon adalah sejenis makanan kering berbentuk serpihan, dibuat dari daging yang diberi bumbu kemudian digoreng. Biasanya penampilan abon berwarna coklat terang hingga kehitaman. Abon tampak seperti serat, karena didominasi oleh serat-serat otot mengering. Daging biasa digunakan untuk membuat abon berasal dari sapi, sehingga orang mengenal 'abon sapi'. Sumber lain yang digunakan adalah ayam dan ikan.

Abon tergolong produk olahan daging yang awet. Pembuatan abon relatif mudah dan tidak memerlukan modal yang besar dan sudah lama dikenal serta digemari masyarakat semua golongan terutama di Indonesia. Salah satu bahan nabati yang bias diolah menjadi abon adalah jamur tiram putih. Abon jamur ternyata tidak kalah dalam hal rasa dengan abon jenis lain. Disamping kita semua tahu bahwa jamur merupakan salah satu bahan makanan dengan gizi yang sangat baik dan lengkap.

Keunggulan abon adalah sebagai makanan yang tahan lama karena merupakan bahan makanan olahan. Karena harga dan ketahanannya tersebut terpikir untuk mencoba membuat abon dari bahan dasar jamur. Abon jamur ternyata tidak kalah dalam hal rasa dengan abon jenis lain. Disamping kita semua tahu bahwa jamur merupakan salah satu bahan makanan dengan gizi yang sangat baik dan lengkap. Kunci keberhasilan dalam pembuatan abon jamur tiram adalah :

1. Pembersihan & Pencucian

Sebelum mulai memasak jamur tiram dibersihkan dan disuwir-suwir, bagian pangkal dibuang karena sangat liat dan hasilnya kurang baik bila diproses menjadi abon (keras).

2. Perebusan

Perebusan selain bertujuan untuk memperoleh bahan yang matang, juga bertujuan untuk mendapatkan tekstur yang lunak (untuk mempermudah proses pengecilan ukuran) dan menghilangkan getah. Pada proses perebusan sebaiknya bahan tercelup semua dalam air mendidih supaya terbentuk hasil rebusan yang warnanya merata dan tidak coklat. Proses pencoklatan ini disebabkan karena adanya kontak dengan udara sehingga pada perebusan sebaiknya bahan diberi beban di atasnya.

3. Perebusan dengan bumbu dan santan

Tahap ini mempunyai peranan yang sangat penting karena mutu atau kualitas abon yang dihasilkan akan banyak dipengaruhi oleh keberhasilan proses ini. Hal ini disebabkan karena selama perebusan ini bumbu yang ditambahkan akan meresap ke dalam irisan jamur tiram yang akan mempengaruhi rasa dan aroma dari abon dan frekuensi pengadukan akan mempengaruhi konsistensi produk. Irisan jantung pisang direbus dengan santan kental dengan ditambah bumbu yang telah ditumbuk halus. Bumbu yang digunakan adalah gula, garam, lengkuas, ketumbar, daun salam, jinten, bawang putih, dan bawang merah.

Rasa yang dominan pada abon adalah manis, namun ada beberapa konsumen yang menyukai abon asin. Gula yang ditambahkan dalam proses pembuatan abon sebaiknya jangan terlalu banyak karena gula yang terlalu banyak akan menyebabkan tekstur abon hasil penggorengan lengket serta mudah gosong.

4. Penggorengan

Setelah semua santan meresap (tidak ada cairan yang nampak, kalis), perebusan segera dihentikan dan dilanjutkan dengan proses penggorengan menggunakan minyak goreng yang tidak terlalu banyak jumlahnya, dengan tujuan efisiensi bahan. Proses ini bertujuan untuk menguapkan air yang masih tertinggal dalam adonan serta untuk mendapatkan warna dan kenampakan yang menyerupai abon.

Proses penggorengan harus segera dihentikan setelah mendapatkan warna dan kadar air tertentu. Abon yang gosong tidak akan disukai oleh konsumen, sedangkan kadar air akan banyak berpengaruh terhadap kerenyahan abon dan daya simpannya.

5. Pengepresan

Untuk menghilangkan minyak goreng yang masih tertinggal maka dilakukan pengepresan. Setelah dipres, bahan yang telah dipress akan membentuk cake. Bahan ini kemudian dipisah-pisahkan agar diperoleh massa yang lebih meroa. Kandungan minyak dalam hasil abon akhir serta kadar air abon merupakan suatu parameter yang penting untuk dianalisis. Semakin kecil kandungan airnya maka abon yang dihasilkan akan semakin renyah. Sebaliknya jika abon mempunyai kadar air yang tinggi maka abon akan semakin mudah rusak yang disebabkan oleh adanya oksidasi maupun hidrolisis minyak. Penurunan kadar air abon terjadi pada proses penggorengan sehingga proses ini harus benar-benar dikendalikan supaya dihasilkan abon dengan kadar air yang sesuai.

Parameter kedua yang penting adalah kadar minyak abon. Kandungan minyak yang tinggi akan menyebabkan terjadi pemisahan minyak pada bagian dasar kemasan yang akan menyebabkan buruknya kenampakan saat barang didisplay untuk penjualan. Penurunan kadar minyak ini terjadi pada proses pengepresan. Proses pengepresan juga memberikan keuntungan lain karena minyak hasil pengepresan dapat digunakan lagi untuk penggorengan.

2.3.2. Standar Mutu Abon

Fachruddin (1997) Abon sebagai salah satu produk industri pangan, memiliki standar mutu yang telah ditetapkan oleh Departemen Perindustrian. Penetapan standar mutu merupakan acuan bahwa produk hendaknya membuat produk yang memenuhi Standar Industri Indonesia (SII) agar pemasarannya mudah karena ada jaminan kualitas bagi konsumen. Abon yang berkualitas baik dapat tahan disimpan selama enam bulan. Standar Mutu abon jamur dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Syarat Mutu Abon

Komponen	Nilai
Bentuk, aroma, warna, dan rasa khas	
Kadar air	7% (maks)
Kadar abu	7% (maks)
Kadar abu tidak larut dalam asam	0,1% (maks)
Kadar lemak	30% (maks)
Kadar protein	15% (maks)
Kadar serat kasar	1% (maks)
Kadar gula	30% (maks)
Kadar cemaran logam (Cu, Pb, Hg, Zn, As)	Tidak ada
Jumlah bakteri	3000 koloni/g (maks)
Bakteri bentuk (coliform)	-
Kapang	-

Sumber : Fachruddin (1997)

Abon harus dikemas dalam wadah tertutup rapat dan tidak dipengaruhi atau mempengaruhi isi, aman selama penyimpanan dan pengangkutan. Pada kemasan dicantumkan nama produk, berat bersih, nama, dan alamat perusahaan serta ketentuan-ketentuan lain yang berlaku.

2.4. Tinjauan Tentang Bahan Pangan Nabati

2.4.1. Umbi-umbian

Menurut Wirakusumah (2010), umbi-umbian merupakan bahan pangan nabati yang didalam tanah. Pada umumnya, umbi-umbian mengandung kadar protein lebih rendah dibandingkan serealia, hanya sekitar 0.5-1.5 %. Jenis umbi dibedakan menjadi dua, umbi batang dan umbi akar. Umbi batang adalah ubi kayu (singkong). Singkong merupakan umbi batang, artinya batang tanaman membesar karena berfungsi sebagai tempat cadangan makanan. Singkong merupakan jenis tanaman tropis dan dapat tumbuh di dataran rendah. Komposisi kimia singkong antara lain karbohidrat 32-35%, protein 0.7-2.6%, lemak 0.2-0.5%, Mineral : Ca, P, Fe, Tiamin, Riboflavin, niasin, dan vitamin C. Asam sianida (HCN) yang bersifat racun, terutama pada bagian kulit. Kandungan HCN lebih dari 100 mg/1.000 g bersifat racun. . Umbi akar adalah kentang. Kentang merupakan umbi akar yang berasal dari Cile Selatan. Komposisi kimia kentang antara lain karbohidrat (sebagian besar berupa pati) : 21-79%, protein 2.0%, lemak 0.1%,

mineral Ca, P, Fe. Glikoalkaloid solanin (solanin lebih dari 200 mg/kg dapat menyebabkan keracunan).

2.4.2. Kacang-Kacangan

Wirakusumah (2010), kacang-kacangan adalah biji-bijian yang dihasilkan dari semua anggota family Leguminoceae. Kacang-kacangan merupakan bahan pangan sumber protein atau lemak. Kacang-kacangan tersebut antara lain kedelai dan kacang tanah. Kacang kedelai merupakan bahan pangan nabati yang digolongkan sebagai bahan pangan tinggi protein. Nilai gizi terutama protein dalam kedelai, lebih baik daripada bahan pangan nabati lain. Di familinya, kedelai memiliki kadar protein tertinggi (sekitar 30-50%) dan menjadi sumber protein yang penting. Selain zat gizi, di dalam kacang kedelai juga terdapat zat nongizi berupa isoflavonoid yang merupakan salah satu kelompok flavonoid, yaitu senyawa antioksidan dan polifenolik yang bermanfaat untuk mencegah kanker, mencegah osteoporosis (sebagai fitoestrogen alami), serta mencegah anemia. Umumnya kacang kedelai dimanfaatkan dalam pembuatan tempe, tahu, tauco, dan kecap. Selain itu, konsetrat protein kacang kedelai bisa digunakan untuk makanan bayi dan daging tiruan. Kacang kedelai juga bisa diolah menjadi susu dan minyak.

Dalam menu Indonesia, kacang tanah sering dibuat saus pada berbagai jenis masakan. Selain itu kacang tanah juga bisa digunakan sebagai bahan baku berbagai panganan, seperti kacang goreng, tingting, dan sebagainya. Kadar lemaknya yang tinggi (sekitar 47-50%), memungkinkan kacang tanah juga bisa diekstrak untuk diambil minyaknya. Minyak kacang tanah memiliki keunggulan dibandingkan dengan minyak kelapa sawit karena mengandung asam lemak tak jenuh yang tinggi. Dengan demikian, jika mengkonsumsi minyak kacang tanah tidak akan menyebabkan naiknya kandungan trigliserida dalam darah yang dapat menyebabkan meningkatnya risiko penyakit jantung koroner, hipertensi, dan stroke. Namun pemakaiannya harus benar karena jika dipanaskan dengan temperatur tinggi, seperti menggoreng dengan minyak banyak, minyak kacang dapat berubah menjadi lemak trans yang justru membahayakan bagi kesehatan jika dibandingkan minyak sawit. Komposisi kimia kacang tanah antara lain karbohidrat 5-8%, protein 28.5%, lemak 47.5%, serat 2.8%.

2.5. Manajemen Strategi

Kata *strategic* atau strategis memiliki makna “BIJAK” atau “BIJAKSANA”, oleh karena itu maka Manajemen Strategis berarti manajemen yang bijak atau manajemen yang benar serta manajemen yang tidak keliru (Gitosudarmono, 2001). Menurut Rangkuti (1997) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi ancaman eksternal dan merebut peluang yang ada. Proses analisis, perumusan dan evaluasi strategi-strategi itu disebut perencanaan strategis. Tujuan utama perencanaan strategis adalah agar suatu perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal.

Perencanaan yang strategis merupakan suatu upaya yang menuntun kita pada “*doing the right thing*” dan tidak atau bahkan menuju kearah “*doing the wrong thing*”. Setiap kegiatan haruslah selalu dipertimbangkan dan dirancang secara seksama, agar selalu melakukan pekerjaan dengan baik dan benar. Sedangkan perencanaan operasional merupakan perencanaan yang berkaitan dengan operasionalisasi ataupun pemilihan metode kerja yang akan dipergunakan. Berbagai bentuk rencana strategis adalah sebagai berikut :

1. Strategi Generik (*Generic Strategy*)

a. *Cost Leadership*

Suatu program kerja yang berusaha untuk menjual barang-barang dengan harga yang murah akan tetapi dengan mutu yang cukup bagus.

b. *Product Differentiation*

Strategi ini merupakan upaya untuk membuat produk yang berbeda. Produk harus memiliki kelebihan atau keistimewaan tersendiri yang akan menjadi daya tarik atau magnet terhadap konsumen. Dengan daya beda yang tinggi itu maka konsumen akan tertarik untuk melirik dan kemudian menyenangi serta kemudian akan mencoba untuk membeli produk.

2. *Focus*

Strategi yang mencoba untuk memfokuskan pada daerah pasar ataupun target konsumen yang tertentu dan terbatas serta biasanya sempit. Segmen yang

sempit ini pada umumnya adalah mereka yang eksklusif dan dengan status sosial yang tinggi. Strategi focus ini dibagi menjadi 2 macam yaitu :

a. *Cost Focus*

Mengkonsentrasikan pada segmen pasar kelas rendah dengan menawarkan harga yang sangat murah agar cocok bagi mereka

b. *Differentiation Focus*

Upaya menawarkan produk dengan harga yang cukup tinggi kepada konsumen eksklusif dengan produk yang serba eksklusif juga.

3. Strategi Keunggulan Teknologi

Strategi yang senantiasa menggunakan teknologi yang tinggi. Penggunaan teknologi yang canggih akan membuat suatu produk tidak akan mudah untuk ditiru oleh para pesaing.

a. Strategi Reaktif dan Proaktif

Strategi reaktif merupakan strategi yang hanya bersifat membalas apa saja yang dilakukan pesaing. Misalnya apabila pesaing menurunkan harga, maka kita akan menurunkan harga pula. Sedangkan strategi proaktif pemilik usaha tidak hanya melakukan pembalasan, akan tetapi berusaha untuk mencari terobosan baru yang memiliki daya beda.

b. Strategi Bertahan dan Menyerang

Strategi bertahan merupakan upaya untuk mempertahankan apa saja yang telah dimilikinya. sedangkan strategi menyerang merupakan strategi yang tentu saja dilakukan oleh pemilik usaha yang masih berada di lebih rendah yang kemudian dengan upaya tertentu menentang pemilik usaha yang berada di posisi atas (Gitosudarmono, 2001).

2.6. Quality Function Deployment

Menurut Heizer *et al* (2009), *Quality Function Deployment* (QFD) berkaitan dengan (1) menetapkan apa yang akan memuaskan pelanggan dan (2) menerjemahkan keinginan pelanggan pada desain yang dijadikan sasaran. Idanya adalah untuk memahami keinginan pelanggan dan memperkenalkan solusi proses alternative kepada mereka. Kemudian informasi ini dipadukan dalam desain produk yang terus berubah. QFD digunakan di awal proses desain untuk

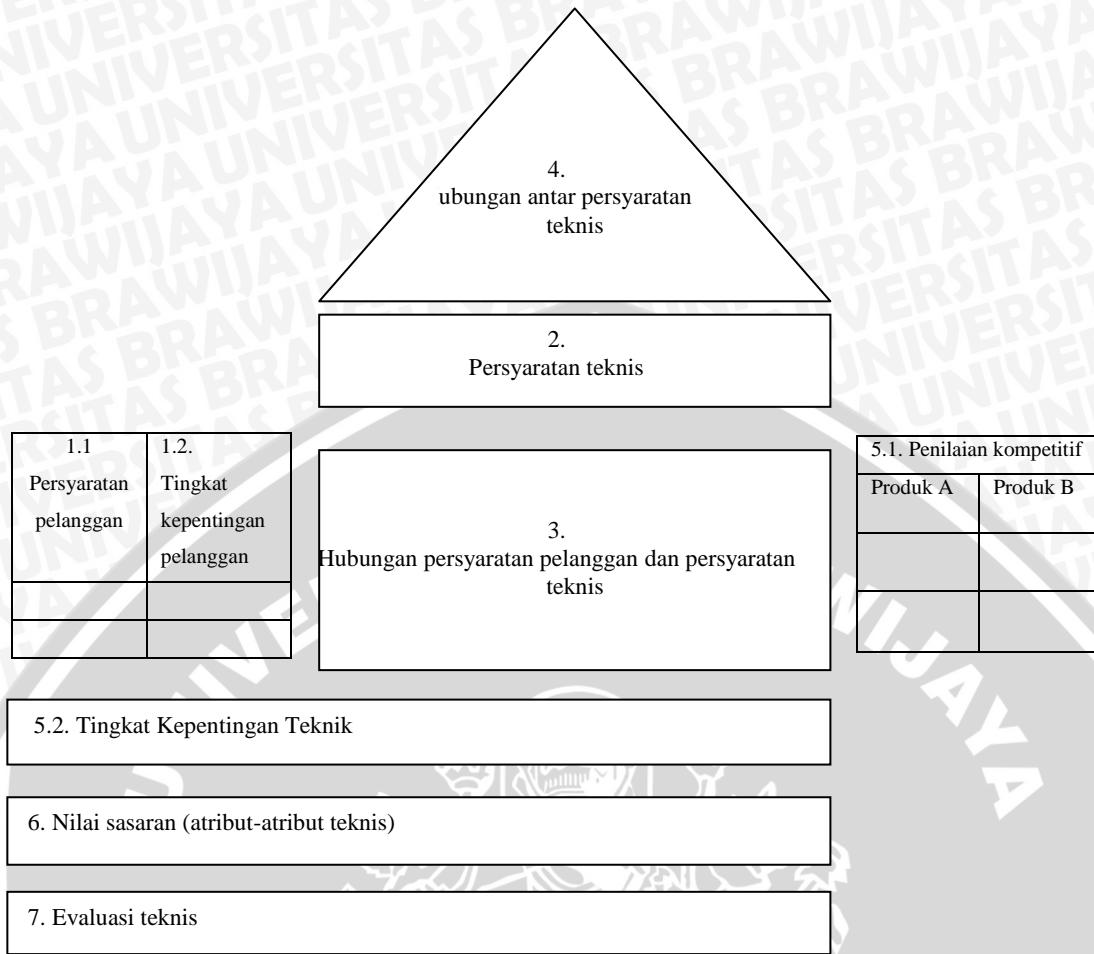
repository.ub.ac.id

membantu menetapkan apa yang dapat memuaskan pelanggan dan di mana upaya-upaya kualitas perlu disebarakan.

Suatu perangkat QFD adalah rumah kualitas (*house of quality*). Rumah kualitas merupakan teknis grafis untuk menjelaskan hubungan antara keinginan pelanggan dan produk (atau jasa). Hanya dengan menetapkan hubungan inilah, manajer operasi dapat membangun produk dan proses dengan keistimewaan yang diinginkan pelanggan. Penetapan hubungan inilah yang merupakan langkah awal membangun sistem produksi tingkat dunia. Untuk membuat rumah kualitas, dilakukan enam langkah dasar.

1. Kenali keinginan pelanggan. (Apa yang diinginkan pelanggan dalam produk ini?)
2. Kenali bagaimana produk/jasa akan memuaskan keinginan pelanggan. (Kenali karakteristik khusus, keistimewaan, atau atribut dari produk, dan tunjukkan bagaimana mereka akan memuaskan keinginan pelanggan.)
3. Hubungkan keinginan pelanggan dengan bagaimana produk akan dibuat untuk memenuhi keinginan pelanggan tersebut. (Buat sebuah matriks yang menunjukkan hubungan antara keinginan pelanggan dengan bagaimana produk akan dibuat.)
4. Kenali hubungan antara sejumlah bagaimana pada perusahaan. (Bagaimana “ bagaimana” kita saling berhubungan ?)
5. Buat tingkat kepentingan. (Dengan menggunakan tingkat kepentingan pelanggan dan bobot pada hubungan yang diperlihatkan dalam matriks, hitung tingkat kepentingan kita.)
6. Evaluasi produk pesaing. (Seberapa baik produk pesaing memenuhi keinginan pelanggan ?)
7. Tentukan atribut teknis yang diinginkan, presentasi Anda dan presentasi pesaing terhadap atribut ini.

Analogi matriks *House of Quality* dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. *House Of Quality* (dikutip dari Heizer *et al*, 2009)

Keterangan :

1. Tingkat kepentingan pelanggan diperoleh dari 5 nilai tertinggi
2. Apa yang dapat kita lakukan (bagaimana organisasi akan menerjemakan keinginan pelanggan pada atribut-atribut produk dan proses serta sasaran desain)
3. Seberapa baik hal-hal yang kita kerjakan memenuhi keinginan pelanggan (matriks hubungan). Simbol yang digunakan antara lain :

- = hubungan yang tinggi 5
 - = hubungan yang sedang 3
 - △ = hubungan yang rendah 1
4. Hubungan antara hal-hal yang dapat kita lakukan. Simbol yang digunakan antara lain :
- = hubungan yang tinggi 5
 - = hubungan yang sedang 3

Δ = hubungan yang rendah 1

5. Tingkat kepentingan diperoleh dari nilai-nilai dengan pembobotan

Penilaian kompetitif

G = baik

F = sedang

P = jelek

2.7. Matrik SWOT

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis (Rangkuti, 1997). Matriks SWOT dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Matrik SWOT (modifikasi dari Rangkuti, 1997)

IFAS EFAS	STRENGTHS (S) Tentukan faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) Tentukan faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

1. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. Strategi ST

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

3. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat ofensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

2.8. Matrik Internal Eksternal (IE)

Rangkuti (1997) matrik internal eksternal ini dikembangkan dari model *General Electric* (GE- Model). Parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan model ini adalah untuk memperoleh strategi bisnis di tingkat korporat yang lebih detail. Matriks IE dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Model Untuk Strategi Koorporat (modifikasi dari Rangkuti, 1997)

	Tinggi	Rata-rata	Lemah
Tinggi	1 <i>GROWTH</i> Konsentrasi melalui integrasi vertikal	2 <i>GROWTH</i> Konsentrasi melalui integrasi horizontal	3 <i>RETRENCHMENT</i> Turnaround
Daya Tarik Industri Sedang	4 <i>STABILITY</i> Hati-hati	5 <i>GROWTH</i> Konsentrasi melalui integrasi horizontal <i>STABILITY</i> Tak ada perubahan profit strategi	6 <i>RETRENCHMENT</i> Captive company atau divestment
Rendah	7 <i>GROWTH</i> Diversifikasi konsentrik	8 <i>GROWTH</i> Diversifikasi konglomerat	9 <i>RETRENCHMENT</i> Bangkrut atau likuidasi

Diagram tersebut dapat mengidentifikasi sembilan sel strategi perusahaan, tetapi pada prinsipnya kesembilan sel itu dapat dikelompokkan menjadi tiga strategi utama, yaitu :

1. *Growth strategy* yang merupakan pertumbuhan perusahaan itu sendiri (sel 1,2, dan 5) atau upaya diversifikasi (sel 7 dan 8).
2. *Stability strategy* adalah strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang telah ditetapkan.
3. *Retrenchment strategy* (sel 3, 6, dan 9) adalah usaha memperkecil atau mengurangi usaha yang dilakukan perusahaan.

Untuk memperoleh penjelasan secara lebih detail mengenai kesembilan strategi yang terdapat pada sembilan sel IE matrik diatas, berikut akan dijelaskan tindakan dari masing-masing strategi tersebut (Rangkuti, 1997).

1. Strategi pertumbuhan melalui konsentrasi dan diversifikasi

Ada dua strategi dasar dari pertumbuhan pada tingkat korporat, yaitu konsentrasi pada satu industri atau diversifikasi ke industry lain. Jika perusahaan memilih strategi konsentrasi, dapat dilakukan melalui integrasi horizontal maupun vertical baik secara internal melalui sumberdayanya sendiri atau secara eksternal dengan menggunakan sumberdaya dari luar. Jika perusahaan memilih strategi diversifikasi, maka dapat tumbuh melalui konsentrasi atau diversifikasi konglomerat, baik secara internal melalui pengembangan produk baru, maupun eksternal melalui akuisisi. Strategi pertumbuhan terdapat pada sel 1, 2, 5, 7, dan 8.

2. Konsentrasi melalui Integrasi Vertical (Sel 1)

Pertumbuhan melalui konsentrasi dapat dicapai melalui integrasi vertical dengan cara *backward integration* (menggambil alih fungsi supplier) atau dengan cara *forward integration* (menggambil alih fungsi distributor).

3. Konsentrasi melalui Integrasi Horizontal (Sel 2 dan 5)

Strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal adalah suatu kegiatan untuk memperluas perusahaan dengan cara membangun di lokasi yang lain, dan meningkatkan jenis produk serta jasa. Jika perusahaan berada dalam industry yang sangat atraktif (sel 2), tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan dan profit, dengan cara memanfaatkan keuntungan *economics of scale* baik di produksi maupun pemasaran. Sementara jika perusahaan berada dalam *moderate attractive industry*, strategi yang diterapkan adalah konsolidasi (sel 5). Tujuan relative lebih defensive, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit.

4. Diversifikasi Konsentris (sel 7)

Strategi pertumbuhan melalui diversifikasi umumnya dilaksanakan oleh perusahaan yang memiliki kondisi *competitive position* sangat kuat tetapi nilai daya tarik industrinya sangat rendah. Perusahaan terus berusaha memanfaatkan kekuatannya untuk membuat produk baru secara efisien karena perusahaan ini sudah memiliki kemampuan manufaktur dan pemasaran yang baik.

5. Diversifikasi konglomerat (sel 8)

Strategi pertumbuhan melalui kegiatan bisnis yang tidak saling berhubungandapat dilakukan jika perusahaan menghadapi *competitive position* yang tidak begitu kuat dan nilai daya tarik industrinya sangat rendah. Kedua faktor tersebut memaksa perusahaan itu melakukan usahanya kedalam perusahaan lain. Tetapi pada saat perusahaan tersebut mencapai tahap matang, perusahaan yang hanya memiliki *competitive position* rata-rata cenderung akan menurun kinerjanya.

2.9. Quantitative Strategies Planning Matrix (QSPM)

Menurut Umar (2001), setelah pemaparan matriks-matriks *input stage* dan *matching stage*, tahap selanjutnya adalah *decision stage*. QSPM adalah alat yang direkomendasikan untuk melakukan evaluasi pilihan strategi alternatif secara objektif, berdasarkan *key success factors internal-eksternal* yang telah diidentifikasi sebelumnya. Teknik ini secara jelas menunjukkan strategi alternatif mana yang paling baik untuk dipilih. QSPM menggunakan input dari analisis pada stage 1 dan matching result pada stage 2 yang memberikan informasi untuk analisis selanjutnya melalui QSPM di stage 3. Secara konseptual, tujuan QSPM adalah untuk menetapkan kemenarikan relative dari strategi-strategi yang bervariasi yang telah dipilih, untuk menentukan strategi mana yang dianggap paling baik untuk diimplementasikan. Nilai yang digunakan untuk menetapkan daya tarik (*Attractiveness Scores-AS*) berkisar antara 1 sampai 4. Matriks QSPM dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Bentuk Dasar QSPM (dikutip dari Umar, 2001)

Faktor Utama	Alternatif Strategi			
	Weight	Strategi I	Strategi II	Strategi III
Faktor Internal				
-				
-				
-				
Faktor Eksternal				
-				
-				
-				

Keterangan penilaian :

Faktor Internal : 1 = sangat lemah

2 = lemah

3 = kuat

4 = sangat kuat

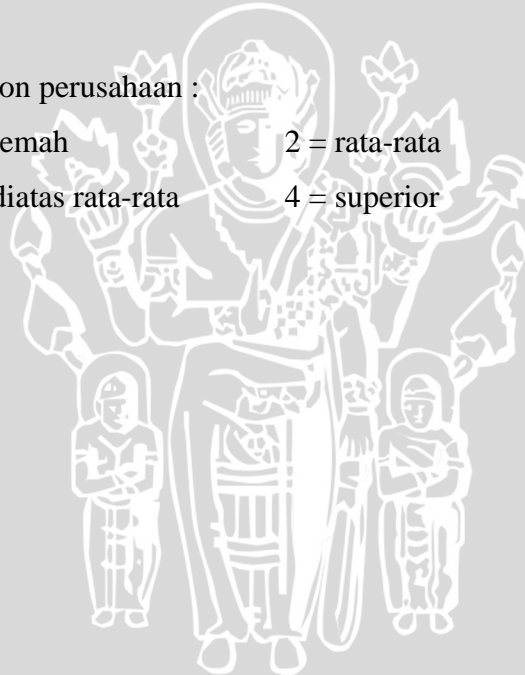
Faktor Eksternal : respon perusahaan :

1 = lemah

2 = rata-rata

3 = diatas rata-rata

4 = superior



III. KERANGKA KONSEP PEMIKIRAN

3.1. Kerangka Pemikiran

Bagi masyarakat Indonesia, mengkonsumsi jamur bukan lagi sebagai suatu hal yang asing. Salah satu jenis jamur yang dapat dikonsumsi adalah jamur tiram. Masyarakat sudah lama mengenal jamur tiram sebagai jamur konsumsi yang mempunyai cita rasa lezat. Selain rasanya yang unggul, aspek lain yang cukup membuat jamur ini populer adalah dampak positifnya bagi kesehatan manusia. Berikut beberapa khasiat jamur tiram untuk kesehatan diantaranya sebagai antikolesterol, antioksidan, dan antitumor. Selain itu jamur tiram memiliki kandungan gizi yang mengagumkan. Beberapa diantaranya adalah lemak, mineral, serta beragam vitamin dan serat yang sangat penting bagi kesehatan tubuh manusia.

Melihat adanya peluang dalam usaha jamur, rumah produksi abon jamur AILANI melakukan differensiasi produk abon berbahan baku jamur. Dalam kegiatan pengembangan produk, produsen selalu memikirkan kualitas produk yang akan diproduksi. Beberapa studi pustaka yang mendukung dalam penentuan kualitas dan strategi pengembangan produk yang digunakan antara lain penelitian yang dilakukan oleh Sriwahyuni (2006) tentang Analisis Diversifikasi Produk Minuman Isotonik Pada CV Fauzi menghasilkan persyaratan pelanggan terhadap minuman isotonik yaitu jenis kemasan botol plastik, volume kemasan 500 mililiter, ada kandungan vitamin (B dan C), adanya kandungan mineral selain Na dan K seperti kalsium dan magnesium, jenis pemanis gula, kesan di mulut (*mouthfeel*) mantap, flavor buah jeruk, rasa sesuai flavor, warna minuman bening, tidak adanya cemaran mikroba, tidak adanya cemaran kimia, dan harganya antara Rp 1.500 - Rp 2.500.

Penelitian yang dilakukan Rahmantika (2008) tentang Penerapan *Quality Function Deployment* (QFD) Untuk Mengetahui Tingkat Kepuasan Konsumen Produk Biskuit Di PT. Arnott's Indonesia menghasilkan Parameter teknis yang perlu diprioritaskan dalam perumusan upaya perusahaan dalam memenuhi kepentingan konsumen untuk produk biskuit merek A adalah supplier/mutu bahan baku, formulasi dan komposisi bahan pembuat biskuit, kondisi pengadukan,

pengaturan operasional cutter, dan suhu pemanggangan/suhu oven. Prioritas teknis yang perlu didahulukan untuk mencapai atribut kepentingan konsumen adalah formulasi dan komposisi bahan pembuat biscuit, dan Pusporini *et al* (2007) yakni tentang Perancangan Strategi Pemasaran Berbasis Integrasi QFD Dan SWOT Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan menghasilkan atribut-atribut yang diprioritaskan dan dipentingkan oleh konsumen terhadap kualitas produk Air Minum Dalam Kemasan “SWA” menurut peringkat nilai *Raw weight* adalah : Bebas bakteri (*Hygienic*), Air jernih, rasa segar, Diskon harga, Harga relatif terjangkau, Hadiah, Segel tidak rusak, Jaringan pemasaran, tutup gallon dan tahan lama (*expired*). Berdasarkan analisa SWOT yang digunakan bahwa posisi perusahaan berada pada *space strength – opportunity*, hal ini mendukung strategi agresif yaitu “Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang”.

Pemikiran tentang kualitas produk yang hingga saat ini terus dilakukan oleh rumah produksi abon jamur AILANI. Kegiatan analisis kualitas produk dapat menggunakan analisis *Quality Function Deployment (QFD)*. Perangkat *QFD* adalah rumah kualitas (*house of quality*). Rumah kualitas merupakan teknik grafis untuk menjelaskan hubungan antara keinginan pelanggan dan produk. Melalui kegiatan pemikiran kualitas produk ini produsen mengetahui atribut-atribut yang menjadi keinginan pelanggan. Atribut-atribut yang menjadi persyaratan pelanggan abon jamur AILANI antara lain bahan kemas aluminium foil, berat isi 50-100 gram, terdapat kandungan protein, tidak terdapat kandyngan penyedap, kesan abon di mulut renyah, karakteristik rasa manis, warna abon coklat keemasan, tidak ada cemaran mikroba, tidak ada cemaran kimia, harga Rp 10.000-Rp 14.500.

Atribut-atribut yang menjadi persyaratan pelanggan, selanjutnya tugas produsen adalah bagaimana menerjemahkan keinginan pelanggan pada desain yang dijadikan sasaran sesuai dengan atribut-atribut yang menjadi persyaratan teknik, sedangkan atribut-atribut yang menjadi persyaratan teknik abon jamur AILANI antara lain penggunaan bubuk perasa, penggunaan bubuk pemanis gula, penggunaan bahan kemas aluminium foil, berat isi 80 gram, umur simpan 6 bulan, rasa dan aroma renyah warna produk coklat keemasan, memiliki kandungan protein nabati, memiliki kandungan lemak nabati, kadar abu 7%, kadar abu tidak

larut dalam asam 0.1%, dan jumlah bakteri 3000 koloni/gram. Setelah dilakukan analisis terhadap kualitas produk melalui *Quality Function Deployment*, langkah selanjutnya adalah merumuskan dan menyusun strategi usaha yang tepat untuk pengembangan produk abon jamur. Terdapat tiga tahap yang perlu ditempuh, tahap tersebut meliputi tahap pengumpulan input dasar (*the input stage*), tahap pemanduan atau pencocokan (*the matching stage*) dan tahap keputusan (*the decision stage*).

Tahap pengumpulan input dasar (*the input stage*) adalah melakukan identifikasi faktor strategis perusahaan. Faktor strategis perusahaan merupakan upaya analisis terhadap faktor internal dan eksternal perusahaan yang diperoleh dari atribut-atribut pada *House Of Quality* menggunakan matrik IFE (*Internal Faktor Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Factor Evaluation*). Atribut pada persyaratan pelanggan akan digolongkan ke dalam faktor eksternal adalah bahan kemas aluminium foil, berat isi 50-100 gram, terdapat kandungan protein, tidak terdapat kandyngan penyedap, kesan abon di mulut renyah, karakteristik rasa manis, warna abon coklat keemasan, tidak ada cemaran mikroba, tidak ada cemaran kimia, harga Rp 10.000-Rp 14.500, sedangkan atribut pada persyaratan teknik akan digolongkan ke dalam faktor internal adalah penggunaan bubuk perasa, penggunaan bubuk pemanis gula, penggunaan bahan kemas aluminium foil, berat isi 80 gram, umur simpan 6 bulan, rasa dan aroma renyah warna produk coklat keemasan, memiliki kandungan protein nabati, memiliki kandungan lemak nabati, kadar abu 7%, kadar abu tidak larut dalam asam 0.1%, dan jumlah bakteri 3000 koloni/gram. Setelah dilakukan penggolongan terhadap atribut-atribut tersebut kedalam faktor internal dan eksternal, kemudian masing-masing atribut diberi bobot dan rating untuk selanjutnya dijumlah.

Tahap kedua adalah memasukkan faktor internal dan eksternal kedalam matriks SWOT. Matriks SWOT dapat membantu dalam penentuan berbagai alternatif strategi yang tepat untuk memperkuat posisi abon jamur AILANI. Posisi abon jamur AILANI dapat diketahui melalui matrik IE (*Internal-External*) dengan mencari nilai terbesar dari faktor internal dan eksternal. Setelah diketahui posisi perusahaan, maka AILANI dapat menentukan strategi yang dapat digunakan untuk pengembangan produk abon jamur. Namun tidak semua strategi dapat

dilaksanakan secara bersama, oleh karena itu strategi-stragi tersebut perlu dianalisis dengan menggunakan matrik QSPM. Matrik QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) ini berfungsi untuk menentukan strategi mana yang dianggap paling baik untuk dilaksanakan oleh AILANI.

Teori :

A. Quality Function Deployment (Heizer *et al*, 2009).

- Proses menetapkan permintaan pelanggan (“keinginan pelanggan”).
- Menerjemahkan keinginan pelanggan kedalam atribut (“cara”) yang dapat dipahami dan dilaksanakan oleh setiap fungsional.
- Penyusunan House Of Quality terdiri atas :
 1. Persyaratan pelanggan, tingkat kepentingan
 2. Persyaratan teknis
 3. Hubungan persyaratan pelanggan dan persyaratan teknis
 4. Hubungan antar persyaratan teknis
 5. Penilaian kompetitif (produk A dan produk B), tingkat kepentingan teknik
 6. Nilai sasaran (atribut-atribut teknis)
 7. Evaluasi teknis

B. Proses analisis, perumusan dan evaluasi strategi dari manajemen strategi (Rangkuti, 1997).

Penelitian Terdahulu :

a. Sriwahyuni (2006) : Melakukan analisis diversifikasi produk minuman isotonik pada CV Fauzi.

- Penyusunan House Of Quality terdiri atas :
 1. Persyaratan pelanggan
 2. Identifikasi persyaratan teknik
 3. Hubungan antara persyaratan pelanggan dan persyaratan teknik
 4. Hubungan antar persyaratan teknik
 5. Penilaian Kompetitif (pelanggan dan teknik)
 6. Prioritas persyaratan pelanggan (tingkat kepentingan, nilai sasaran, faktor skala kenaikan, poin penjualan, bobot absolut)
 7. Pengembangan prioritas persyaratan teknik (derajat kesulitan, nilai sasaran, bobot absolute, bobot relatif).
- b. Rahmantika (2008) : Penerapan QFD untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen di PT. Arnott’s Indonesia.

- Penyusunan House of Quality terdiri atas :

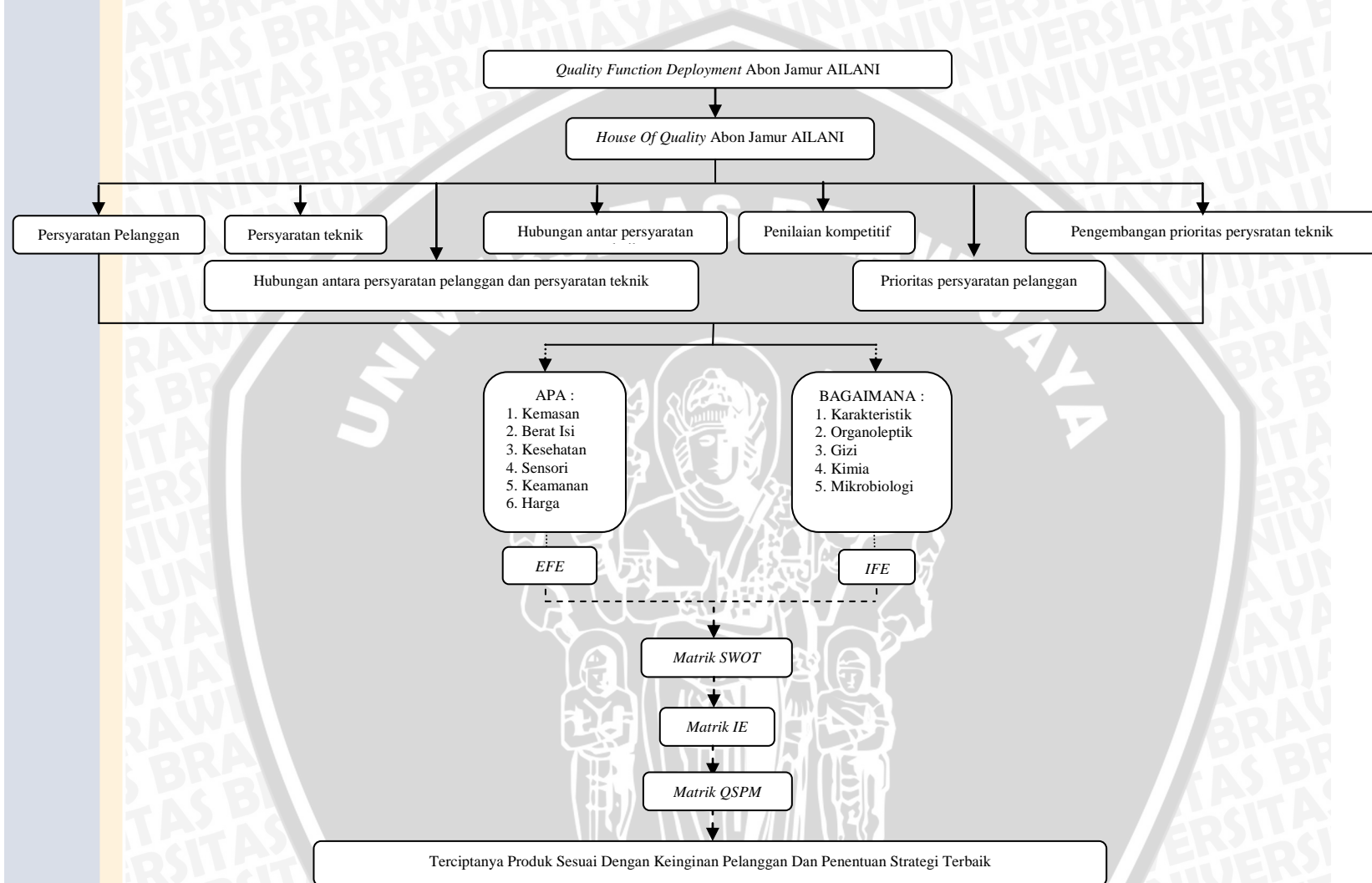
1. Persyaratan pelanggan, tingkat kepentingan pelanggan
2. Identifikasi persyaratan teknik
3. Hubungan antara persyaratan pelanggan dan persyaratan teknik
4. Hubungan antar persyaratan teknik
5. Penilaian kompetitif (produk A dan produk B)
6. Evaluasi teknis

Pusporini *et al* (2007) : Melakukan perencanaan strategi pemasaran berbasis integrasi QFD dan SWOT pada produk air minum dalam kemasan

Kondisi Riil :

Sejak didirikan tahun 2009 hingga saat ini, Abon Jamur AILANI terus melakukan perbaikan produk guna menghasilkan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan dan bisa bersaing dengan produk abon yang telah ada.





Keterangan : —————▶ = alur berpikir - - - - -▶ = alat analisis

Skema 1. Kerangka Pemikiran Analisis Kualitas dan Strategi Pengembangan Produk Abon Jamur pada AILANI



3.2. Batasan Masalah

Batasan masalah yang terkait dapat membantu proses penelitian abon jamur AILANI adalah hanya menetapkan apa yang akan memuaskan pelanggan dan menterjemahkan keinginan pelanggan pada desain yang dijadikan sasaran.

3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Dalam definisi operasional variabel, peneliti menjelaskan tentang cara menentukan suatu konsep sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Berikut ini penyajian definisi operasional dan pengukuran mengenai strategi pengembangan produk abon jamur berdasarkan analisis *Quality Function Deployment* (QFD), matrik SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*), matrik IE (*Internal-Eksternal*), dan matrik QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) pada abon jamur AILANI. Definisi operasional dan pengukuran variabel dapat dilihat pada Tabel 5.





Tabel 5. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
Matriks <i>House Of Quality</i> (HOQ) suatu matriks berbentuk rumah yang berfungsi untuk menggambarkan struktur QFD	Membuat daftar persyaratan pelanggan (<i>what</i>)	Jenis kemasan	Informasi tentang penggunaan bahan kemasan abon jamur.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Toples 2. Aluminium foil 3. Mika.
		Berat isi	Informasi tentang nilai abon jamur yang diukur dalam satuan gram.	<ol style="list-style-type: none"> 1. 50-100 gram 2. 100-150 gram 3. Tidak mempertimbangkan
		Kesehatan	Informasi tentang kandungan yang terdapat dalam abon jamur.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki kandungan protein 2. Memiliki kandungan lemak
		Sensori	Informasi tentang kesan produk dimulut, rasa, dan warna pada abon jamur.	<ol style="list-style-type: none"> 1. a. Produk renyah b. Produk sangat renyah c. Tidak mempertimbangkan. 2. a. Rasa abon sesuai flavour b. Rasa abon pedas c. Rasa abon manis. 3. a. Warna coklat keemasan b. Warna sesuai flavour c. Tidak mempertimbangkan

Tabel 5. (Lanjutan)

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
Matriks <i>House Of Quality</i> (HOQ) suatu matriks berbentuk rumah yang berfungsi untuk menggambarkan struktur QFD	Membuat daftar persyaratan pelanggan (<i>what</i>)	Safety	Informasi tentang keamanan dan kesehatan abon jamur.	<ol style="list-style-type: none"> 1. a. Tidak ada cemaran mikroba b. Sedikit cemaran mikroba c. Tidak mempertimbangkan. 2. a. Tidak ada cemaran kimia b. Sedikit cemaran kimia c. Tidak mempertimbangkan.
		Harga	Informasi tentang nilai abon jamur yang diukur dalam satuan rupiah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rp 10.000-Rp 14.500 2. Rp 14.500-Rp 19.500 3. Rp 19.500-Rp 19.500.
	Mendaftarkan persyaratan teknik (<i>how</i>)	Karakteristik	Informasi tentang kriteria produk yang digunakan AILANI dalam memproduksi abon jamur .	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Penggunaan bubuk perasa ▪ Penggunaan pemanis gula ▪ Penggunaan bahan kemas aluminium foil ▪ Berat isi produk 80 gram ▪ Umur simpan produk 6 bulan
		Organoleptik	Informasi tentang kriteria produk yang digunakan AILANI dalam memproduksi abon jamur.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rasa dan aroma produk renyah ▪ Warna produk coklat keemasan
		Gizi	Informasi tentang gizi yang digunakan AILANI dalam memproduksi abon jamur sesuai dengan pedoman yang telah ada.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Memiliki kandungan protein ▪ Memiliki kandungan lemak.

Tabel 5. (Lanjutan)

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
Matriks <i>House Of Quality</i> (HOQ) suatu matriks berbentuk rumah yang berfungsi untuk menggambarkan struktur QFD	Mendaftarkan persyaratan teknik (how)	Kimiawi	Informasi tentang keamanan produk yang digunakan AILANI dalam memproduksi abon jamur sesuai dengan pedoman yang telah ada.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kadar abu 7% ▪ Kadar abu tidak larut dalam asam 0.1 %
		Mikrobiologi	Informasi tentang kesehatan produk yang digunakan AILANI dalam memproduksi abon jamur sesuai dengan pedoman yang telah ada.	Jumlah bakteri 3000 koloni/gram
	Mengembangkan matriks hubungan antara persyaratan pelanggan dan persyaratan teknik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis kemasan 2. Berat isi 3. Kesehatan 4. Sensori 5. Safety 6. Harga 7. Karakteristik 8. Organoleptik 9. Gizi 10. Kimia 11. Mikrobiologi 	Mencari hubungan antara persyaratan pelanggan dan persyaratan teknik.	<ul style="list-style-type: none"> ● = hubungan kuat, bernilai 9 ○ = hubungan medium, bernilai 3 △ = hubungan lemah, bernilai 1 Kotak kosong = tidak ada hubungan

Tabel 5. (Lanjutan)

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
Matriks <i>House Of Quality</i> (HOQ) suatu matriks berbentuk rumah yang berfungsi untuk menggambarkan struktur QFD	Mengembangkan matriks hubungan antara persyaratan teknik	1.Karakteristik 2.Organoleptik 3.Gizi 4.Kimia 5.Mikrobiologi	Mencari hubungan antar persyaratan teknik, hingga diketahui persyaratan teknik mana saja yang saling mendukung dan yang saling bertentangan	$\sqrt{\sqrt{}}$ = hubungan positif kuat, bernilai (+9) $\sqrt{}$ = hubungan positif lemah, bernilai (+3) xx = hubungan negative kuat, bernilai (-3) x = hubungan negative kuat, bernilai (-9)
	Penilaian kompetitif pelanggan	1.Jenis kemasan 2.Berat isi 3.Kesehatan 4.Sensori 5.Safety 6.Harga	Menentukan nilai masing-masing atribut persyaratan pelanggan abon jamur dan abon sapi	1 = sangat buruk 2 = buruk 3 = cukup baik 4 = baik 5 = sangat baik
	Penilaian kompetitif teknik	1.Karakteristik 2.Organoleptik 3.Gizi 4.Kimia 5.Mikrobiologi	Menentukan nilai masing-masing atribut persyaratan teknik abon jamur dan abon sapi	1 = sangat buruk 2 = buruk 3 = cukup baik 4 = baik 5 = sangat baik
	Kepentingan bagi pelanggan	1.Jenis kemasan 2.Berat isi 3.Kesehatan 4.Sensori	Menentukan masing-masing nilai kepentingan atribut persyaratan pelanggan, sehingga diketahui atribut persyaratan	1 = sangat buruk 2 = buruk 3 = cukup baik 4 = baik

	5.Safety 6.Harga	pelanggan yang akan diprioritaskan.	5 = sangat baik
--	---------------------	-------------------------------------	-----------------

Tabel 5. (Lanjutan)

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
Matriks <i>House Of Quality</i> (HOQ) suatu matriks berbentuk rumah yang berfungsi untuk menggambarkan struktur QFD	Nilai sasaran persyaratan pelanggan	1.Jenis kemasan 2.Berat isi 3.Kesehatan 4.Sensori 5.Safety 6.Harga	Memberikan penilaian lebih baik (abon jamur) sesuai dengan harapan pelanggan terhadap penilaian produk yang telah terwujud untuk masing-masing atribut pada produk abon jamur dan abon sapi.	1 = sangat buruk 2 = buruk 3 = cukup baik 4 = baik 5 = sangat baik
	Faktor skala kenaikan	1.Jenis kemasan 2.Berat isi 3.Kesehatan 4.Sensori 5.Safety 6.Harga	Penilaian antara nilai harapan pelanggan dengan nilai yang telah ada pada produk abon jamur.	1.0 = perbaikan 1.3 = perbaikan utama
	Poin penjualan	1.Jenis kemasan 2.Berat isi 3.Kesehatan 4.Sensori 5.Safety 6.Harga	Memberikan nilai kesanggupan masing-masing atribut persyaratan pelanggan dalam penjualan abon jamur.	1,0 = tidak menolong dalam penjualan produk 1,2 = cukup menolong dalam penjualan produk 1,5 = menolong dalam penjualan produk
	Bobot absolut persyaratan pelanggan	1.Jenis kemasan 2.Berat isi 3.Kesehatan 4.Sensori	Merupakan hasil perkalian antara kepentingan bagi pelanggan, faktor skala kenaikan, dan poin penjualan	Lima atribut persyaratan pelanggan dengan prosentase terbesar

		5.Safety 6.Harga	
--	--	---------------------	--

Tabel 5. (Lanjutan)

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
Matriks <i>House Of Quality</i> (HOQ) suatu matriks berbentuk rumah yang berfungsi untuk menggambarkan struktur QFD	Derajat kesulitan	1.Karakteristik 2.Organoleptik 3.Gizi 4.Kimia 5.Mikrobiologi	Penilaian terhadap atribut persyaratan teknik yang digunakan untuk memperbaiki produk abon jamur.	1 = sangat mudah 2 = mudah 3 = cukup sulit 4 = sulit 5 = sangat sulit
	Nilai sasaran persyaratan teknik	1.Karakteristik 2.Organoleptik 3.Gizi 4.Kimia 5.Mikrobiologi	Memberikan penilaian lebih baik (abon jamur) sesuai dengan harapan pemilik terhadap penilaian produk yang telah terwujud untuk masing-masing atribut pada produk abon jamur dan abon sapi.	1 = sangat buruk 2 = buruk 3 = cukup baik 4 = baik 5 = sangat baik
	Bobot absolut persyaratan teknik	1.Karakteristik 2.Organoleptik 3.Gizi 4.Kimia 5.Mikrobiologi	Merupakan penjumlahan dari hasil perkalian antara nilai simbol pada matrik hubungan antara persyaratan pelanggan dan persyaratan teknik dengan kepentingan pelanggan.	Lima atribut persyaratan teknik dengan prosentase terbesar
	Bobot relatif persyaratan teknik	1.Karakteristik 2.Organoleptik 3.Gizi 4.Kimia	Merupakan hasil perkalian antara nilai simbol matrik hubungan antara persyaratan pelanggan dengan persyaratan	Lima atribut persyaratan teknik dengan prosentase terbesar

		5.Mikrobiologi	teknik dengan bovot absolut pada prioritas persyaratan pelanggan.
--	--	----------------	---

Tabel 5. (Lanjutan)

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
Analisis faktor internal	Kekuatan	1.Karakteristik 2.Organoleptik 3.Gizi	Mengolompokkan dan memberikan bobot, rating untuk setiap persyaratan teknik kedalam kekuatan.	1 = sangat lemah 2 = lemah 3 = kuat 4 = sangat kuat
	Kelemahan	1.Kimia 2.Mikrobiologi	Mengolompokkan dan memberikan bobot, rating untuk setiap persyaratan teknik kedalam kekuatan.	4 = sangat lemah 3 = lemah 2 = kuat 1 = sangat kuat
Analisis faktor eksternal	Peluang	1.Jenis kemasan 2.Berat isi 3.Kesehatan 4.Sensori	Mengolompokkan dan memberikan bobot, rating untuk setiap persyaratan pelanggan kedalam peluang.	1 = sangat rendah 2 = rendah 3 = tinggi 4 = sangat tinggi
	Ancaman	1.Safety 2.Harga	Mengolompokkan dan memberikan bobot, rating untuk setiap persyaratan pelanggan kedalam ancaman.	4 = sangat rendah 3 = rendah 2 = tinggi 1 = sangat tinggi
Matrik SWOT	Kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman.	1.Jenis kemasan 2.Berat isi 3.Kesehatan 4.Sensori 5.Safety 6.Harga 7.Karakteristik 8.Organoleptik	Mencocokkan atribut kekuatan dan kelemahan dengan atribut peluang dan ancaman, sehingga diperoleh strategi untuk mengembangkan produk	

	9.Gizi 10.Kimia 11.Mikrobiologi	
--	---------------------------------------	--

Tabel 5. (Lanjutan)

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
Matrik IE	Faktor internal dan eksternal	1.Jenis kemasan 2.Berat isi 3.Kesehatan 4.Sensori 5.Safety 6.Harga 7.Karakteristik 8.Organoleptik 9.Gizi 10.Kimia 11.Mikrobiologi	Menentukan posisi produk dan menentukan upaya strategi yang hasilnya diperoleh dari total skor faktor internal dan eksternal	Faktor internal Kuat 3.0-4.0 Rata-rata 2.0-2.9 Lemah 1.0-1.9 Faktor eksternal Tinggi 3.0-4.0 Sedang 2.0-2.9 Lemah 1.0-1.9
Matrik QSPM	Faktor internal dan eksternal	1.Jenis kemasan 2.Berat isi 3.Kesehatan 4.Sensori 5.Safety 6.Harga 7.Karakteristik 8.Organoleptik 9.Gizi 10.Kimia 11.Mikrobiologi	Menentukan strategi terbaik yang direkomendasikan untuk perusahaan.	1 = tidak menarik 2 = agak menarik 3 = cukup menarik 4 = sangat menarik.



IV. METODE PENELITIAN

4.1. Metode Penentuan Lokasi

Dalam penulisan skripsi ini penulis melakukan penelitian di AILANI. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan April hingga Juni 2013. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Pemilihan lokasi didasari dengan pertimbangan bahwa AILANI merupakan perusahaan yang menciptakan diversifikasi produk berbahan baku jamur tiram berupa abon jamur.

4.2. Metode Penentuan Responden

Teknik penentuan responden diawali dengan menetapkan lokasi pengecer abon jamur AILANI yang berjumlah sembilan toko, kemudian menentukan responden sebanyak 45 responden dengan menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel secara kebetulan (*insidental*) bertemu pelanggan abon jamur AILANI yang membeli produk di toko pengecer abon jamur AILANI.

Adapun rincian toko yang menjadi lokasi pengecer abon jamur AILANI dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Lokasi Toko Penjualan Abon Jamur AILANI

Nama Toko	Alamat
Bu Noer	Jalan Ciliwung II/2
Swari	Jalan Tumenggung Suryo (Ruko Sanan 86, Kav D.)
Rahayu	Jalan Tumenggung Suryo
Dermaga	Jalan Tumenggung Suryo
Lay-lay	Jalan Arjuno 36
Istana kue	Jalan Pasar besar 62
Anugrah	Jalan Trunojoyo 81
Abadiku	Jalan Trunojoyo (sebelah stasiun kota baru)
Gardena	Jalan Panderman 22

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

4.3. Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dibagi dalam dua jenis data berdasarkan sumbernya yaitu data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari hasil wawancara dengan pemilik abon jamur AILANI antara lain serta hasil kuesioner yang disebarakan kepada reponden. Data primer yang diperoleh dari pemilik antara lain profil perusahaan, bagaimana standar produk abon jamur, seberapa besar hubungan antar persyaratan teknik, penilaian kompetitif teknik, derajat kesulitan, dan nilai sasaran persyaratan teknik, sedangkan data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner antara lain :

- a. Atribut persyaratan pelanggan
- b. Penilaian tingkat kepentingan pelanggan untuk produk abon jamur
- c. Penentuan parameter atau kebutuhan teknis untuk meningkatkan kualitas produk abon jamur
- d. Penentuan target AILANI untuk masa yang akan datang

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan *Quality Function Deployment* dan Strategi pengembangan SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*).

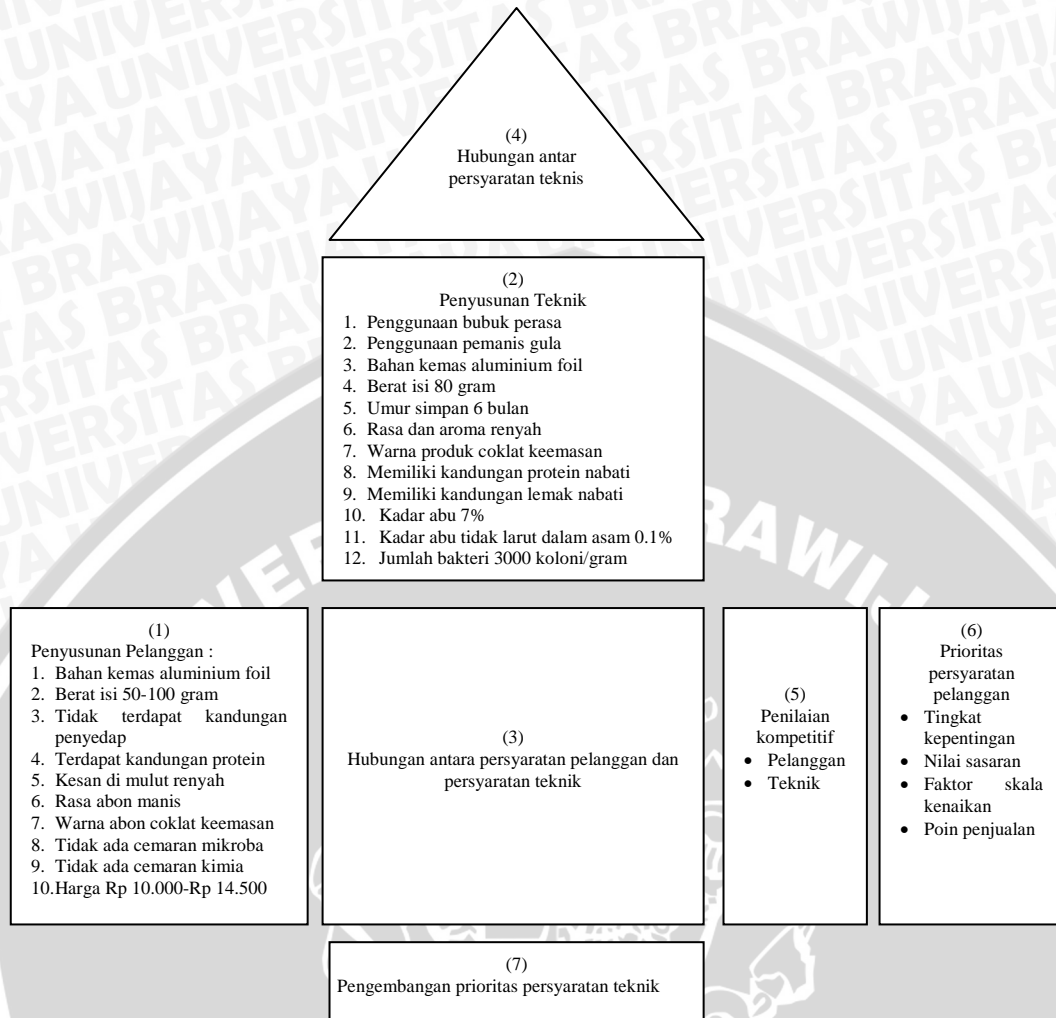
4.4. Metode Analisis Data

4.4.1. Tabulasi Deskriptif

Tabulasi deskriptif yang digunakan adalah tabel frekuensi. Data dibuat tabulasi dan dikelompokan berdasarkan jawaban yang sama, kemudian dipersentasekan berdasarkan jumlah responden. Persentase yang terbesar merupakan faktor yang dominan dari masing-masing variabel yang diteliti. Tabulasi deskriptif digunakan untuk untuk mengetahui karakteristik konsumen, persyaratan pelanggan, tingkat kepentingan, serta poin penjualan dari setiap persyaratan pelanggan abon jamur AILANI.

4.4.2. Metode Analisis *House Of Quality*

Metode yang digunakan untuk analisis dan pendekatan quality function deployment (QFD) adalah *House Of Quality*. *House Of Quality* berfungsi untuk menemukan desain abon jamur yang sesuai dengan selera pelanggan. Komponen *House Of Quality* dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. *House Of Quality* Abon Jamur AILANI

Untuk dapat membuat *House Of Quality*, berikut ini langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan penyusunan *House Of Quality* :

1. Menyusun Persyaratan Pelanggan (*What*)

Untuk mengetahui persyaratan pelanggan terhadap sebuah produk dimulai dengan membuat daftar tujuan. Daftar persyaratan pelanggan terdiri dari dua yaitu persyaratan pelanggan primer dan persyaratan pelanggan sekunder. Daftar persyaratan pelanggan tersebut digunakan untuk kuesioner yang diisi oleh responden, kemudian hasil dari kuesioner ini dijadikan sebagai persyaratan pelanggan. Kriteria yang menjadi persyaratan pelanggan terdiri dari kemasan (jenis kemasan), berat isi, kesehatan (kandungan gizi), sensori (rasa, mouthfeel, dan warna), safety (kandungan kimia), dan harga.

2. Menyusun Persyaratan Teknik (*How*)

Persyaratan teknik berfungsi untuk mengubah produk agar memenuhi harapan pelanggan. Persyaratan teknik ini terbagi menjadi dua yaitu persyaratan teknik primer dan persyaratan teknik sekunder. Kriteria yang akan menjadi persyaratan pelanggan terdiri dari karakteristik, organoleptik, gizi, kimia, dan mikrobiologi.

3. Mengembangkan Matriks Hubungan Antara Persyaratan Pelanggan dan Persyaratan Teknik

Matrik antara persyaratan pelanggan dan persyaratan teknik diperoleh dari penyusunan daftar persyaratan pelanggan dengan persyaratan teknik. Pada penyusunan matriks hubungan digunakan simbol untuk menyatakan derajat hubungan antara persyaratan pelanggan dan persyaratan teknik. Simbol yang digunakan:

- = Sebuah lingkaran penuh menunjukkan sebuah hubungan yang kuat, bernilai 5.
- = Sebuah lingkaran kosong menunjukkan sebuah hubungan medium, bernilai 3.
- △ = Sebuah segitiga menunjukkan sebuah hubungan yang lemah, bernilai 1.

Kotak dibiarkan kosong bila tidak ada hubungan, bernilai 0

4. Mengembangkan Matriks Hubungan Antar Persyaratan Teknik

Merupakan matriks hubungan antar persyaratan teknik yang digunakan perusahaan untuk mengetahui serta mampu mempertahankan produk agar tetap diminati pelanggan. Jadi perusahaan mencari teknik atau cara agar produk abon jamur AILANI semakin diminati oleh beberapa konsumen.

5. Penilaian Kompetitif

Penilaian kompetitif terbagi menjadi penilaian kompetitif pelanggan dan penilaian kompetitif teknik. Penilaian kompetitif pelanggan diperoleh dengan cara membandingkan persyaratan pelanggan antara produk kompetitor yaitu abon sapi dengan produk organisasi yaitu abon jamur. Sedangkan penilaian kompetitor teknik diperoleh dengan cara membandingkan persyaratan teknik antara produk abon sapi dengan produk abon jamur AILANI. Pemilik abon jamur AILANI memberikan penilaian terhadap produk abon sapi dengan produk abon jamur. Namun dalam menentukan penilaian kompetitif digunakan skala likert lima tingkat dengan kriteria sebagai berikut:

- 1 = Sangat Buruk
- 2 = Buruk
- 3 = Cukup Baik
- 4 = Baik
- 5 = Sangat Baik

6. Mengembangkan Prioritas Persyaratan Pelanggan

Penilaian prioritas persyaratan pelanggan diperoleh dari pelanggan yang meliputi kepentingan bagi pelanggan, nilai sasaran, faktor skala kenaikan, dan poin penjualan, sedangkan bobot absolut merupakan perkalian antara kepentingan bagi pelanggan, faktor skala kenaikan, dan poin penjualan.

a. Kepentingan Bagi Pelanggan

Kepentingan bagi pelanggan berfungsi untuk mengetahui seberapa penting nilai dari masing-masing persyaratan pelanggan, kemudian dianalisis dengan menggunakan tabulasi deskriptif berupa tabel frekuensi dan hasil diperoleh berdasarkan prosentase terbanyak. Untuk menyusun kolom kepentingan pelanggan digunakan skala likert lima tingkat, yaitu:

- 1 = Sangat Tidak Penting
- 2 = Tidak Penting
- 3 = Cukup Penting
- 4 = Penting
- 5 = Sangat Penting

b. Nilai Sasaran Persyaratan Pelanggan

Nilai sasaran persyaratan pelanggan merupakan nilai rata-rata dari produk abon sapi dengan produk abon jamur AILANI. Untuk menyusun kolom nilai sasaran persyaratan pelanggan digunakan skala likert lima tingkat, yaitu:

- 1 = Sangat Tidak Penting
- 2 = Tidak Penting
- 3 = Cukup Penting
- 4 = Penting
- 5 = Sangat Penting

c. Faktor Skala Kenaikan

Faktor skala kenaikan merupakan rasio antara nilai sasaran dengan nilai produk abon jamur AILANI pada setiap persyaratan pelanggan. Faktor skala kenaikan berfungsi untuk mengetahui persyaratan pelanggan mana yang memerlukan adanya perbaikan paling utama.

d. Poin Penjualan

Poin penjualan berfungsi untuk mengetahui seberapa besar nilai persyaratan pelanggan dalam membantu penjualan abon jamur AILANI. Menurut Sriwahyuni (2006), untuk menyusun kolom kepentingan pelanggan, poin penjualan digunakan nilai antara 1,0, 1,2, dan 1,5 dengan kriteria sebagai berikut :

1,0 = Tidak menolong dalam penjualan produk

1,2 = Cukup menolong dalam penjualan produk

1,5 = Menolong dalam penjualan produk

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat diambil kesimpulan langkah-langkah pengembangan prioritas persyaratan pelanggan adalah sebagai berikut :
Menghitung berapa banyak konsumen yang memilih setiap kriteria persyaratan pelanggan.

1. Menghitung nilai sasaran persyaratan pelanggan, yaitu dapat dihitung dengan cara memberi penilaian pada masing-masing kriteria persyaratan pelanggan antara abon jamur dan abon sapi.
2. Menghitung faktor skala kenaikan yaitu dengan cara membandingkan antara nilai sasaran abon jamur AILANI dengan nilai abon jamur AILANI itu sendiri.
3. Menghitung poin penjualan yaitu dengan cara menganalisis nilai dari skala likert yang memiliki nilai terbanyak. Dari nilai terbanyak tersebut bisa diketahui apakah persyaratan pelanggan mampu membantu penjualan abon jamur AILANI
4. Menghitung bobot absolut persyaratan pelanggan yakni dapat diperoleh dari perkalian antara kepentingan bagi pelanggan, faktor skala kenaikan dan poin penjualan untuk setiap persyaratan pelanggan.
5. Setelah dijumlahkan, kemudian dihitung persentase ranking untuk setiap persyaratan yang diinginkan oleh pelanggan.

7. Mengembangkan Prioritas Persyaratan Teknik

Pengembangan prioritas persyaratan teknik berfungsi untuk mengidentifikasi persyaratan teknik yang paling dibutuhkan perbaikan untuk memenuhi persyaratan pelanggan. Menurut Sriwahyuni (2006), persyaratan teknik yang memiliki nilai terbesar nantinya akan digunakan untuk perencanaan matriks design deployment. Untuk menyusun kolom derajat kesulitan, dan nilai sasaran persyaratan teknik dibuat menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu:

1 = Sangat Mudah

2 = Mudah

3 = Cukup Sulit

4 = Sulit

5 = Sangat Sulit

Langkah-langkah pengembangan prioritas persyaratan teknik :

1. Menentukan derajat kesulitan yaitu memberikan penilaian terhadap setiap atribut persyaratan teknik yang digunakan untuk memperbaiki produk abon jamur.
2. Menentukan nilai sasaran persyaratan teknik dilakukan dengan memberi penilaian lebih baik (abon jamur) sesuai dengan harapan pemilik terhadap penilaian produk yang telah terwujud untuk masing-masing atribut pada produk abon jamur dan abon sapi.
3. Menghitung bobot absolut persyaratan teknik yakni dapat diperoleh dengan menjumlah hasil perkalian nilai simbol pada matriks hubungan antara persyaratan pelanggan dan persyaratan teknik, dengan kepentingan bagi pelanggan untuk setiap persyaratan pelanggan.
4. Menghitung bobot relatif untuk setiap persyaratan teknik ditentukan dengan mengalikan nilai simbol pada matriks hubungan antara persyaratan pelanggan dengan persyaratan teknik, dengan bobot absolut pada prioritas persyaratan pelanggan.

4.4.3. Analisis Deskripsi Kuantitatif

Analisis deskripsi kuantitatif digunakan dengan tujuan mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal produk abon jamur AILANI. Jenis analisis deskripsi kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

1. Analisis Matrik IFE (*Internal Factors Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Factors Evaluation*)

Matrik IFE digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal yakni berupa persyaratan perusahaan yang digunakan untuk memproduksi produk abon jamur AILANI dan menggolongkannya menjadi kekuatan dan kelemahan melalui pembobotan. Sedangkan matrik EFE digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yakni berupa atribut produk abon jamur AILANI yang diperoleh dari konsumen dan menggolongkannya menjadi peluang dan ancaman melalui pembobotan.

Penentuan bobot dilakukan dengan jalan mengajukan identifikasi faktor strategis internal dan eksternal dengan menggunakan metode *paired comparison* atau metode perbandingan berpasangan. Untuk menentukan bobot setiap variabel digunakan skala 1, 2 dan 3. Skalanya yang digunakan untuk pengisian kolom adalah :

- 1 : jika indikator horisontal kurang penting daripada indikator vertikal
- 2 : jika indikator horisontal sama penting dibandingkan indikator vertikal
- 3 : jika indikator horisontal lebih penting dibanding indikator vertikal

a. Matrik Faktor Strategi Eksternal

Langkah-langkah yang digunakan untuk menyusun matrik faktor strategi eksternal antara sebagai berikut :

- 1) Membuat kolom matrik strategi eksternal yang terdiri dari faktor-faktor strategi eksternal, bobot, rating, dan skor. Kolom faktor strategi eksternal dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Eksternal Factors Evaluation

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang :			
-			
-			
Ancaman :			
-			
-			
Total			

- 2) Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang serta ancaman perusahaan.

3) Beri bobot masing-masing faktor, mulai dari 1,0 (sangat penting) hingga 0,0 (tidak penting). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi total 1,00.

4) Hitung rating peluang pada masing-masing faktor eksternal dengan memberikan skala mulai dari 4 hingga 1. Jika peluang sangat tinggi, maka nilai 4. Jika peluang sangat rendah, maka nilai 1. Skala yang digunakan untuk pengukuran rating pada faktor strategi eksternal yaitu :

1 = sangat rendah 2 = rendah 3 = tinggi 4 = sangat tinggi

5) Hitung rating ancaman pada masing-masing faktor eksternal dengan memberikan skala mulai dari 1 hingga 4. Jika nilai ancaman sangat besar, maka rating 1. Namun jika nilai ancaman sangat rendah, maka rating 4. Skala yang digunakan untuk pengukuran rating pada faktor strategi eksternal yaitu :

4 = sangat rendah 3 = rendah 2 = tinggi 1 = sangat tinggi

6) Menentukan skor dilakukan dengan cara mengalikan nilai bobot dengan nilai rating pada setiap peluang dan ancaman, kemudian dijumlahkan secara vertikal untuk mendapatkan skor total. Total skor pembobotan berkisar antara 1 sampai 4 dengan rata-rata 2.5.

Total skor EFE dikelompokkan dalam kuat (3.0–4.0) berarti perusahaan merespon kuat terhadap peluang dan ancaman yang mempengaruhi perusahaan, rata-rata (2.0–2.99) berarti perusahaan merespon sedang terhadap peluang dan ancaman yang ada dan lemah (1.0–1.99) berarti perusahaan tidak dapat merespon peluang dan ancaman yang ada.

b. Matrik Faktor Strategi Internal

Langkah-langkah yang digunakan untuk menyusun matrik faktor strategi internal antara sebagai berikut :

1) Membuat kolom matrik strategi eksternal yang terdiri dari faktor-faktor strategi internal, bobot, rating, dan skor. Kolom faktor strategi internal dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Internal Factors Evaluation

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan :			
-			
-			
Kelemahan :			
-			
-			
Total			

- 2) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan.
- 3) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi total 1,00.
- 4) Hitung rating kekuatan pada masing-masing faktor internal dengan memberikan skala mulai dari 4 hingga 1. Jika kekuatan sangat kuat, maka nilai 4. Jika kekuatan sangat lemah, maka nilai rating 1. Skala yang digunakan untuk pengukuran rating pada faktor strategi internal yaitu :
1 = sangat lemah 2 = lemah 3 = kuat 4 = sangat kuat
- 5) Hitung rating kelemahan pada masing-masing faktor internal dengan memberikan skala mulai dari 1 hingga 4. Jika kelemahan sangat rendah, maka nilai 4. Jika kelemahan sangat tinggi, maka nilai 1. Skala yang digunakan untuk pengukuran rating pada faktor strategi internal yaitu :
4 = sangat lemah 3 = lemah 2 = kuat 1 = sangat kuat
- 6) Menentukan skor dilakukan dengan cara mengalikan nilai bobot dengan nilai rating pada setiap kekuatan dan kelemahan, kemudian dijumlahkan secara vertikal untuk mendapatkan skor total.

Total skor pembobotan berkisar antara 1 sampai 4 dengan rata-rata 2.5. Jika total skor IFAS (3.0–4.0) berarti kondisi internal perusahaan tinggi/kuat, (2.0–2.99) berarti kondisi internal perusahaan rata-rata/sedang dan (1.0–1.99) berarti kondisi internal perusahaan rendah/lemah.

2. Matrik SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*)

Setelah menentukan persyaratan pelanggan sebagai faktor eksternal dan persyaratan teknik sebagai faktor eksternal, langkah selanjutnya adalah menyusun

faktor-faktor strategi internal dan eksternal kedalam matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi. Matrik SWOT Abon Jamur AILANI dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Matrik SWOT Abon Jamur AILANI

IFAS EFAS	<ul style="list-style-type: none"> • Strength-S Tentukan faktor-faktor kekuatan internal dari persyaratan teknik	<ul style="list-style-type: none"> • Weakness-W Tentukan faktor-faktor kelemahan internal dari persyaratan teknik
<ul style="list-style-type: none"> • Opportunies-O Tentukan faktor-faktor peluang eksternal dari persyaratan pelanggan	Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<ul style="list-style-type: none"> • Treaths-T Tentukan faktor-faktor kekuatan internal dari persyaratan pelanggan	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

a. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST

Strategi dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO

Memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

Meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

3. Matrik *Internal Eksternal* (IE)

Penyusunan matrik IE merupakan upaya untuk mengetahui posisi perusahaan dalam memanfaatkan faktor internal dan menghadapi faktor eksternal.

Matrik IE diperoleh dari total skor nilai faktor internal dan eksternal. Nilai IFE dikelompokkan dalam kuat (3.0–4.0), sedang (2.0–2.99), dan lemah (1.0–1.99). Sedangkan nilai EFE dapat dikelompokkan dalam tinggi (3.0–4.0), sedang (2.0–2.99), dan rendah (1.0–1.99). Setelah diketahui posisi perusahaan, langkah selanjutnya adalah menentukan upaya strategi yang digunakan perusahaan untuk rencana kedepan. Penentuan matriks IE dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Model Strategi Koorporat Abon Jamur AILANI

		Faktor Internal		
		Kuat 4.0 3.00-4.0	Rata-rata 2.0-2.9	Lemah 1.0-1.9
Faktor Eksternal	Tinggi 3.0-4.0	I GROWTH	II GROWTH	III RETRENCEMENT
	Sedang 2.0-2.9	IV STABILITY	V GROWTH	VI RETRENCEMENT
	Lemah 1.0-1.9	VII GROWTH	VIII GROWTH	IX RETRENCEMENT

Menurut Rangkuti (1997), matrik tersebut dapat mengidentifikasi sembilan sel strategi perusahaan, tetapi pada prinsipnya kesembilan sel itu dapat dikelompokkan menjadi strategi utama, yaitu :

- a. *Growth strategy* yang merupakan pertumbuhan perusahaan itu sendiri yakni pada sel I, II dan IV atau upaya diversifikasi pada sel VII dan VIII. Strategi yang tepat untuk diterapkan adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau strategi integrative (integrasi ke depan, ke belakang dan horisontal).
- b. *Stability strategy* adalah strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang telah ditetapkan yakni pada sel V.
- c. *Retrenchment strategy* adalah usaha memperkecil atau mengurangi usaha yang dilakukan perusahaan yakni pada sel III, VI, IX.

4. Matrik QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

Setelah dilakukan pengembangan alternative strategi, diharapkan perusahaan mampu mengevaluasi dan kemudian memilih strategi yang terbaik

dan cocok dengan kondisi internal dan eksternal perusahaan. Langkah-langkah yang harus dilakukan dalam pembuatan matrik QSPM sebagai berikut :

- a. Menyusun daftar kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang sama dengan matrik SWOT,
- b. Memberikan bobot untuk setiap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Bobot ini sama dengan bobot yang diberikan pada matrik IFE dan EFE,
- c. Menyusun alternative strategi yang akan dievaluasi,
- d. Menetapkan nilai daya tarik (*Attractiveness Scores-AS*) yang berkisar antara 1 sampai 4.

1 = tidak menarik 2 = agak menarik 3 = cukup menarik 4 = sangat menarik.

Bila tidak ada pengaruhnya terhadap alternative strategi yang sedang dipertimbangkan tidak diberikan nilai (AS),

- e. Menghitung total nilai daya tarik (*Total Attractiveness Scores-TAS*), kemudian mengalikan bobot dengan nilai daya tarik (AS),
- f. Menghitung jumlah total nilai daya tarik (TAS). Alternatif strategi yang memiliki nilai total terbesar merupakan strategi yang terbaik.

Matrik QSPM Abon Jamur AILANI dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Matrik QSPM Abon Jamur AILANI

Faktor-faktor Strategi	Bobot	Alternatif Strategi					
		Strategi I		Strategi II		Strategi III	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan							
-							
Kelemahan							
-							
Peluang							
-							
Ancaman							
-							
Total							

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Gambaran Umum Perusahaan

5.1.1. Sejarah AILANI

AILANI merupakan rumah produksi olahan abon yang berbahan baku jamur tiram berlokasi di Jalan Andromeda No. 5, Malang Jawa Timur. Berdiri pada tahun 2009 oleh Sya'ban Nasution dapat dilihat pada. Nama AILANI merupakan singkatan kata dari Abon Ibu Rahlani. Abon Jamur AILANI telah mendapatkan sertifikasi dari Departemen Kesehatan Republik Indonesia dengan No.P-IRT 2043573011015, sehingga bahan-bahan yang digunakan serta proses pembuatan abon jamur tiram AILANI telah terjamin dan memenuhi persyaratan dari Departemen Kesehatan Republik Indonesia untuk Produk Makanan *Home Industry*.

Ketika awal produksi, AILANI memproduksi abon jamur original, pedas, dan vegan. Produk dikemas menggunakan kemasan aluminium foil dan plastik dengan berat 80 gram. Namun kemasan produk ketika awal produksi belum sesuai dengan standar penyimpanan abon. Kemasan abon yang baik adalah tertutup semua dengan menggunakan aluminium foil, sehingga cahaya tidak dapat masuk, selain itu agar udara luar tidak dapat masuk. Namun apabila abon jamur disimpan pada kemasan tertutup, masyarakat tidak dapat melihat bentuk dan warna dari abon jamur, material yang digunakan adalah aluminium foil dan multilayer plastik dengan ciri-ciri memiliki pori-pori kecil. abon jamur terus mengalami perbaikan.

Pada Bulan Maret 2013, AILANI menciptakan abon jamur rasa dengan menggunakan kemasan aluminium foil secara menyeluruh yang dipadu dengan pembungkus kertas). Perbaikan resep terus dilakukan, terutama pada sistem pembuatan berupa peracikan bumbu rahasia. Sedangkan untuk produk abon original, pedas, dan vegan belum dilakukan perbaikan, kemasan aluminium foil dan plastik masih digunakan hingga sekarang pada abon jamur original, pedas, dan vegan. Sedangkan kemasan abon dengan aluminium foil secara menyeluruh telah digunakan pada abon rasa. Hingga saat ini, produk abon jamur yang diproduksi AILANI terdiri atas abon original, pedas, vegan (tanpa bawang), dan abon rasa. Produk abon jamur AILANI dapat diperoleh pada toko pusat oleh-oleh

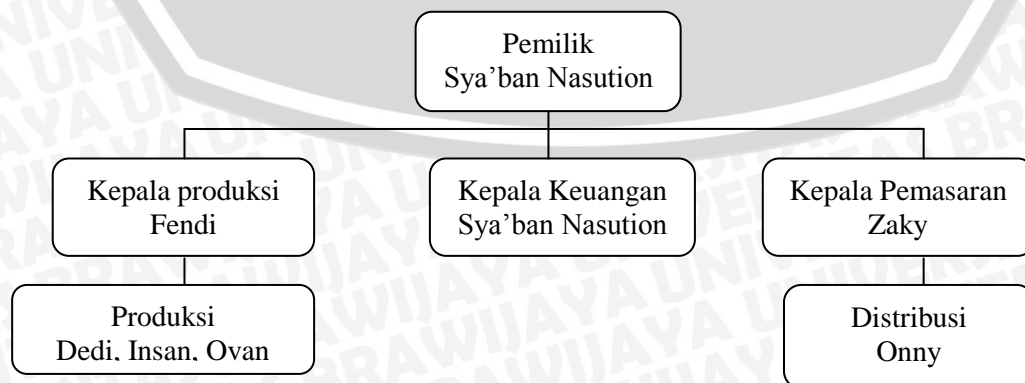
yang berlokasi di Malang, Jawa Timur antara lain toko Bu Noer, Abadi, Gardena, kawasan pusat oleh-oleh sanan (Swari, Rahayu, Dermaga), Market Lay-Lay, Istana Kue Pasar Besar, Anugrah, dan Vicgour (Batu). Bagi konsumen luar Kota Malang, pemesanan dapat dilakukan melalui media elektronik (telephone dan internet).

5.1.2. Visi dan Misi AILANI

Saat ini Visi AILANI adalah menjadikan abon jamur sebagai produk-produk makanan sehat unggulan yang selalu diingat masyarakat. Melalui pernyataan visi tersebut AILANI berusaha untuk selalu mengumpulkan saran-saran dari para konsumen, sehingga produk abon jamur tetap disukai dan dipilih oleh masyarakat. Upaya lain yang dilakukan oleh pemilik usaha demi menambah ilmu dan terus memperbaiki produk yang diciptakan serta menjadikan produknya sebagai produk unggulan yang diingat oleh masyarakat yakni dengan mengikuti kegiatan seminar-seminar kewirausahaan. Namun kedepan visi AILANI akan berkembang menjadi AILANI Food, sehingga misi yang harus dijalankan perusahaan adalah melakukan berbagai kegiatan olahan makanan berbahan baku jamur.

5.1.3. Struktur Organisasi AILANI

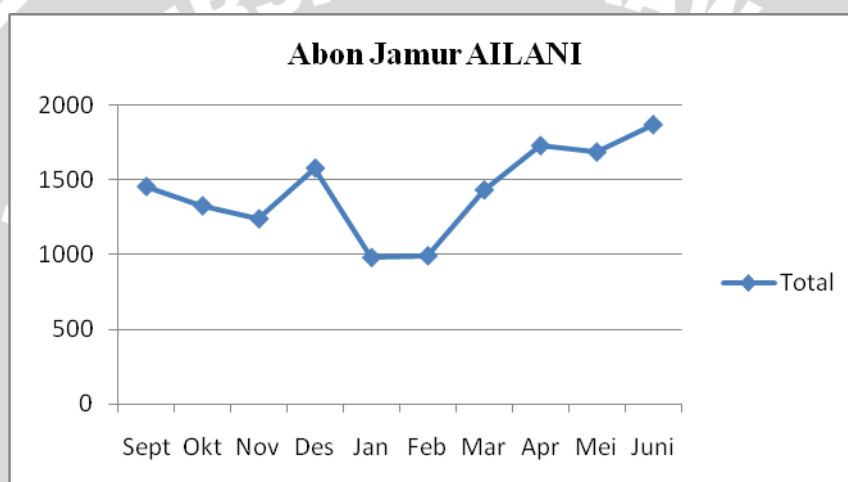
Untuk mewujudkan visi dan misi AILANI, dibutuhkan suatu struktur organisasi yang bertugas dalam mewadahi semua kegiatan yang bersifat menyeluruh. Jabatan direktur dan kepala keuangan dibawah Sya'ban Nasution, jabatan kepala produksi dibawah oleh Fendi, jabatan produksi dibawah oleh Dedi, Insan, dan Ovan, jabatan kepala pemasaran dibawah oleh Zaky, jabatan distribusi dibawah oleh Onny. Struktur organisasi AILANI dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Struktur Organisasi AILANI

5.1.4. Produksi Abon Jamur AILANI

Kegiatan produksi abon dilakukan pada hari senin, Selasa, Rabu, Kamis, Sabtu, dan Minggu, sedangkan untuk hari Jumat kegiatan produksi diliburkan, karena adanya kegiatan sholat Jumat atau sering disebut hari pendek. Jamur tiram putih yang dibutuhkan dalam kegiatan produksi abon sebesar 18-36 kg/produksi. Proses kegiatan produksi abon jamur AILANI dapat dilihat pada yang terdapat pada Lampiran 16. Data penjualan abon jamur AILANI dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Grafik Penjualan Abon Jamur AILANI

Berdasarkan Gambar 7 dapat diketahui jumlah penjualan abon jamur AILANI periode penjualan Bulan September 2012 hingga Bulan Juni 2013. Penjualan abon jamur AILANI mengalami ketidakstabilan penjualan. Hal tersebut dikarenakan pada Bulan September 2012, AILANI masih memproduksi abon jamur original, abon jamur pedas, dan abon jamur vegan yang telah diproduksi sejak tahun 2009. Penjualan abon jamur sempat meningkat pada Bulan Desember 2012. Hal tersebut dikarenakan pada Bulan Desember terdapat hari besar keagamaan. Namun penurunan penjualan abon jamur secara tajam terjadi pada Bulan Januari 2013 dan Februari 2013. Hal tersebut dikarenakan pelanggan merasa bosan dengan produk abon jamur yang tidak terdapat perubahan. Hingga akhirnya pada Bulan Maret 2013, produsen menciptakan abon jamur rasa. Faktanya upaya tersebut terbukti, dan penjualan abon jamur hingga saat ini terus meningkat.

5.2. Karakteristik Umum Responden

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 45 responden yakni pelanggan abon jamur AILANI, dapat diperoleh gambaran tentang seluruh responden berdasarkan usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan pendapatan yang dapat diuraikan sebagai berikut :

5.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia

Untuk mengetahui gambaran mengenai tingkat usia responden abon jamur AILANI dapat dilihat pada Tabel 12 berikut :

Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia

Usia	Jumlah (orang)	Presentase (persen)
21-25 tahun	7	16
26-30 tahun	14	31
31-35 tahun	10	22
36-40 tahun	6	13
>40 tahun	8	18
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 12 dapat diketahui bahwa dari 45 responden yaitu pelanggan abon jamur AILANI menunjukkan 7 responden atau 16 persen berusia 21-25 tahun, 14 responden atau 31 persen berusia 26-30 tahun, 10 responden atau 22 persen berusia 31-35, 6 responden atau 13 persen berusia 36-40 tahun, dan 8 responden atau 18 persen berusia lebih dari 40 tahun. Jika dilihat dari tingkat usia pelanggan abon jamur AILANI, responden dengan tingkat usia 26-30 tahun memiliki persentase terbanyak. Dari hasil tersebut membuktikan bahwa usia responden 26-30 tahun mulai memikirkan cara untuk menjaga kesehatan. Salah satunya dengan mengkonsumsi makanan sehat dan bergizi seperti abon jamur.

5.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Untuk mengetahui tingkat pendidikan terakhir yang dimiliki oleh pelanggan abon jamur AILANI dapat dilihat pada Tabel 13 berikut :

Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Presentase (persen)
SMP	-	-
SMA	8	18
DIPLOMA	10	22
SARJANA	21	47
PASCASARJANA	6	13
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 13 dapat diketahui bahwa dari 45 responden yaitu pelanggan abon jamur AILANI dengan tingkat pendidikan yang berbeda, menunjukkan 8 responden atau 18 persen memiliki tingkat pendidikan SMA, 10 responden atau 22 persen memiliki tingkat pendidikan Diploma, 21 responden atau 47 persen memiliki tingkat pendidikan Sarjana, dan 6 responden atau 13 persen memiliki tingkat pendidikan Pascasarjana. Jika dilihat dari tingkat pendidikan terakhir pelanggan abon jamur AILANI, responden dengan tingkat pendidikan terakhir Sarjana memiliki persentase terbanyak. Dari hasil tersebut membuktikan bahwa tingkat pendidikan terakhir memiliki peran serta terhadap menerapkan prinsip pola hidup sehat. Prinsip pola hidup sehat dapat dilakukan dengan mengkonsumsi makanan tanpa bahan pengawet seperti abon jamur.

5.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Untuk mengetahui gambaran mengenai jenis pekerjaan yang dimiliki abon jamur AILANI dapat dilihat pada Tabel 14 berikut :

Tabel 14. Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah (orang)	Presentase (persen)
Mahasiswa	5	11
Wiraswasta	7	16
Swasta	6	13
Pegawai swasta	17	38
Pegawai negeri sipil	10	22
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 14 dapat diketahui bahwa dari 45 responden yaitu pelanggan abon jamur AILANI dengan jenis pekerjaan berbeda, menunjukkan 5 responden atau 11 persen memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa, 7 responden atau 16 persen memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta, 6 responden atau 13 persen memiliki pekerjaan pegawai swasta, 17 responden atau 38 persen memiliki pekerjaan pegawai swasta, dan sisanya 10 responden atau 22 persen memiliki pekerjaan pegawai negeri sipil. Jika dilihat dari jenis pekerjaan pelanggan abon jamur AILANI, responden dengan pegawai swasta memiliki persentase terbanyak. Dari hasil tersebut membuktikan bahwa pegawai swasta lebih tertarik untuk mencoba hal baru salah satu hal baru tersebut adalah dengan mengkonsumsi abon jamur.

5.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pendapatan Setiap Bulan

Untuk mengetahui gambaran mengenai jenis pekerjaan yang dimiliki abon jamur AILANI dapat dilihat pada Tabel 15 berikut :

Tabel 15. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Setiap Bulan

Pendapatan perbulan	Jumlah (orang)	Presentase (persen)
< Rp 1.000.000	8	18
Rp 1.000.000-Rp 2.000.000	24	53
Rp 2.000.000-Rp 3.000.000	13	29
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 15 dapat diketahui bahwa dari 45 responden yaitu pelanggan abon jamur AILANI dengan pendapatan setiap bulan, menunjukkan 8 responden atau 18 persen mempunyai pendapatan dibawah Rp 1.000.000, 24 responden atau 53 persen mempunyai pendapatan Rp 1.000.000 sampai Rp 2.000.000, dan 13 responden atau 29 persen mempunyai pendapatan diatas Rp 2.000.000 sampai Rp 3.000.000. Jika dilihat dari pendapatan setiap bulan pelanggan abon jamur AILANI, responden dengan pendapatan Rp 1.000.000-Rp 2.000.000 memiliki persentase terbanyak. Dari hasil tersebut membuktikan bahwa pendapatan setiap bulan tidak mempengaruhi masyarakat untuk mengkonsumsi abon jamur, karena pelanggan abon jamur harus memiliki pemikiran tentang pola hidup sehat.

5.3. Quality Function Deployment

Perangkat QFD adalah rumah kualitas. Langkah-langkah untuk menyusun matriks HOQ dalam pengembangan produk abon jamur AILANI yaitu menyusun persyaratan pelanggan (*what*), menyusun persyaratan teknik (*how*), mengembangkan matriks hubungan antara persyaratan pelanggan dan persyaratan teknik, mengembangkan matriks hubungan antar persyaratan teknik, penilaian kompetitif, mengembangkan prioritas persyaratan pelanggan (tingkat kepentingan pelanggan, nilai sasaran, faktor skala kenaikan, poin penjualan dan bobot absolut) dan mengembangkan prioritas persyaratan teknik (derajat kesulitan, nilai sasaran, bobot absolut dan bobot relatif persyaratan teknik).

5.3.1. Penyusunan Persyaratan Pelanggan (*What*)

Persyaratan pelanggan diperoleh dari hasil pengisian kuesioner oleh 45 responden yang dipilih. Hasil kuesioner kemudian dianalisis menggunakan tabulasi deskriptif berupa tabel frekuensi, dimana setiap kriteria abon jamur yang memiliki frekuensi responden terbanyak merupakan kriteria yang diinginkan responden.

Tabel 16. Kriteria Kemasan Abon Jamur yang Diinginkan Pelanggan

Kriteria Kemasan	Jumlah (orang)	Presentase (persen)
Aluminium foil	32	71
Toples Kaca	8	18
Mika plastik	5	11
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 16 dapat diketahui bahwa dari 45 responden menunjukkan 32 responden atau 71 persen menginginkan kemasan untuk produk abon menggunakan aluminium foil, dikarenakan udara luar tidak dapat menembus ruang dalam abon yang telah dikemas dengan menggunakan aluminium foil, selain itu jika diletakkan dalam kemasan aluminium foil produk abon lebih praktis. 8 responden atau 18 persen menginginkan kemasan untuk produk abon menggunakan toples kaca, dikarenakan dengan menggunakan tampilan toples

kaca kemasan abon lebih menarik dan elegan, dan 5 responden atau 11 persen memilih kemasan produk abon menggunakan mika dikarenakan konsumen lebih sering mengetahui kemasan produk abon terdapat pada mika plastik, selain itu kemasan mika juga dapat digunakan lagi untuk keperluan lain, sehingga dapat bermanfaat. Jadi dapat disimpulkan bahwa 32 responden menginginkan bahan kemasan yang digunakan untuk abon jamur adalah aluminium foil. Meskipun saat ini abon jamur AILANI telah menggunakan aluminium foil, namun pelanggan masih menginginkan adanya penggunaan aluminium foil secara menyeluruh. Hal ini dikarenakan dikarenakan dengan menggunakan aluminium foil, udara luar tidak dapat menembus ruang dalam abon yang telah dikemas dengan menggunakan aluminium foil, selain itu jika diletakkan dalam kemasan aluminium foil produk abon lebih praktis

Tabel 17. Kriteria Berat Isi Abon Jamur yang Diinginkan Pelanggan

Kriteria Kemasan	Jumlah (orang)	Presentase (persen)
50gr-100gr	28	62
100gr-150gr	10	22
Tidak mempertimbangkan	7	16
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 17 dapat diketahui bahwa dari 45 responden menunjukkan 28 responden atau 62 persen menginginkan berat isi abon sebesar 50-100 gram, hal ini dikarenakan abon merupakan makanan yang memerlukan cara penyimpanan yang tepat. Jika tidak tekstur abon akan cepat berubah, maka dari itu abon harus cepat habis setelah terbuka. 10 responden atau 22 persen menginginkan berat isi abon 100-150 gram, sedangkan 7 responden atau 16 persen responden tidak mempertimbangkan isi dari produk abon, karena responden lebih peduli akan manfaat yang dihasilkan dari abon jamur. Jadi dapat disimpulkan bahwa 28 responden menginginkan berat isi abon jamur 50-100 gram. Hal ini telah sesuai dengan berat isi yang terdapat dalam setiap kemasan abon jamur AILANI yakni 80 gram.

Tabel 18. Kriteria Kandungan Gizi Abon Jamur yang Diinginkan Pelanggan

Kriteria Kandungan Gizi	Jumlah (orang)	Presentase (persen)
Protein	28	62
Lemak	17	38
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 18 dapat diketahui bahwa dari 45 responden menunjukkan 28 responden atau 62 persen menginginkan kandungan yang terdapat pada abon adalah protein. Hal tersebut dikarenakan protein memiliki peran terpenting yaitu mengganti sel-sel yang mati dan bertugas menjaga kekuatan, daya tahan tulang dan kulit. 17 responden atau 38 persen menginginkan kandungan gizi yang terdapat pada abon adalah lemak. Secara umum lemak memiliki banyak manfaat, salah satunya sebagai perlindungan, dan mengatur suhu tubuh dari hawa dingin dan panas. Jadi dapat disimpulkan bahwa 28 responden menginginkan kandungan yang terdapat dalam abon jamur adalah protein. Hal ini telah sesuai dengan penggunaan bahan baku dalam pembuatan abon jamur yaitu menggunakan bahan baku yang memiliki kandungan nabati.

Tabel 19. Kriteria Kesan di Mulut (*Mouthfeel*) Abon Jamur yang Diinginkan Pelanggan

Kriteria Kesan di Mulut	Jumlah (orang)	Presentase (persen)
Renyah	18	40
Sangat renyah	15	33
Tidak mempertimbangkan	12	27
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 19 dapat diketahui bahwa dari 45 responden menunjukkan 18 responden atau 40 persen menginginkan kesan di mulut (*mouthfeel*) abon jamur renyah, karena ketika memakan abon dengan rasa yang renyah, nantinya rasa abon akan menyebar di dalam mulut. 15 responden atau 33 responden menginginkan kesan abon di mulut sangat renyah, dan 12 responden atau 27 persen tidak mempertimbangkan kesan di mulut (*mouthfeel*) produk abon, dengan alasan tidak terlalu memperdulikan kesan di mulut ketika mengkonsumsi

produk abon dikarenakan lebih memperhatikan rasa. Jadi dapat disimpulkan bahwa 18 responden menginginkan kesan abon di mulut renyah.

Tabel 20. Kandungan Penyedap Abon Jamur yang Diinginkan Pelanggan

Kriteria Kandungan Penyedap	Jumlah (orang)	Presentase (persen)
Sedikit penyedap	7	15
Tidak ada penyedap	25	56
Tidak mempertimbangkan	13	29
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 20 dapat diketahui bahwa dari 45 responden menunjukkan 25 responden atau 56 persen menginginkan tidak ada kandungan penyedap dalam proses pembuatan abon. Hal ini disebabkan bumbu penyedap akan membuat rasa abon menjadi lebih nikmat, namun tidak asli rasa abon sebagaimana mestinya. 13 responden atau 29 persen tidak mempertimbangkan adanya kandungan tambahan penyedap siap saji, dan 7 responden atau 15 persen menginginkan adanya sedikit kandungan penyedap, dengan anggapan penambahan sedikit bumbu penyedap. Jadi dapat disimpulkan 25 responden menginginkan tidak ada kandungan penyedap. Namun pada kenyataannya abon jamur AILANI menggunakan bubuk perasa untuk menciptakan abon rasa.

Tabel 21. Kriteria Rasa Abon Jamur yang Diinginkan Pelanggan

Rasa	Jumlah (orang)	Presentase (persen)
Pedas	9	20
Manis	25	56
<i>Flavour</i>	11	24
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 21 dapat diketahui bahwa dari 45 responden menunjukkan 25 reponden atau 56 persen menyatakan bahwa dalam memilih rasa abon, responden memilih rasa abon manis. Hal ini mengingat rasa abon yang khas adalah manis. 11 responden atau 24 persen memilih sesuai flavour dengan alasan ingin menikmati rasa abon yang berbeda, dan 9 reponden atau 20 persen memilih pedas dikarenakan reponden yang memilih pedas menyukai rasa pedas. Jadi dapat disimpulkan 25 responden menginginkan rasa avon jamur manis. Namun untuk

menarik pelanggan AILANI menciptakan juga abon jamur rasa. Hal ini bertujuan agar AILANI dapat tetap diminati masyarakat.

Tabel 22. Kriteria Warna Abon Jamur yang Diinginkan Pelanggan

Warna Abon	Jumlah (orang)	Presentase (persen)
Coklat keemasan	23	51
Warna sesuai flavour	10	22
Tidak mempertimbangkan	12	27
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 22 dapat diketahui bahwa dari 45 responden menunjukkan 23 responden atau 51 persen menyatakan bahwa responden lebih memilih warna coklat keemasan untuk abon. Hal ini dikarenakan warna coklat keemasan pada abon terlihat lebih cantik dan menggugah selera. 10 responden atau 22 persen memilih warna abon sesuai flavour dikarenakan rasa ingin tahu, sehingga timbul rasa untuk mencoba, dan 12 reponden atau 27 persen tidak mempertimbangkan warna yang terdapat pada abon. Jadi dapat disimpulkan bahwa 23 responden menginginkan warna abon jamur coklat keemasan. Keinginan tersebut, kini diusahakan AILANI dengan menambah mesin pemasak untuk menghasilkan warna abon jamur yang coklat keemasan.

Tabel 23. Kriteria Kandungan Cemarannya Mikroba Abon Jamur yang Diinginkan Pelanggan

Kandungan Cemarannya Mikroba	Jumlah (orang)	Presentase (persen)
Sedikit cemaran mikroba	5	11
Tidak ada cemaran mikroba	27	60
Tidak mempertimbangkan	13	29
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 23 dapat diketahui bahwa dari 45 responden menunjukkan 27 responden atau 60 persen menginginkan tidak adanya cemaran mikroba dalam abon jamur. Hal tersebut dikarenakan cemaran mikroba maka dapat menimbulkan penyakit, sehingga dapat membahayakan kesehatan. 5 responden atau 11 persen menyatakan diperbolehkan adanya sedikit cemaran mikroba dalam abon jamur. Hal ini dikarenakan mikroba merupakan suatu

organisme yang tidak terlihat, sehingga tidak menutup kemungkinan jika produk abon jamur tercemar oleh mikroba. 13 responden atau 29 persen menyatakan tidak mempertimbangkan cemaran mikroba. Hal ini dikarenakan responden hanya mengetahui hasil jadi produk abon jamur. Jadi dapat disimpulkan bahwa 27 responden menginginkan tidak ada kandungan cemaran mikroba pada abon jamur. Secara teknik, untuk menjaga agar produk abon jamur tidak tercemar bakteri, AILANI selalu menjaga kebersihan saat kegiatan produksi.

Tabel 24. Kriteria Kandungan Cemaran Kimia Abon Jamur yang Diinginkan Pelanggan

Kandungan Cemaran Kimia	Jumlah (orang)	Presentase (persen)
Sedikit cemaran kimia	7	15
Tidak ada cemaran kimia	30	67
Tidak mempertimbangkan	8	18
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 24 dapat diketahui bahwa dari 45 responden menunjukkan 30 responden atau 67 persen menyatakan bahwa responden tidak menginginkan adanya cemaran kimia pada abon. Hal ini dikarenakan cemaran kimia yang terkandung dalam abon dapat merusak manfaat abon jamur, selain itu cemaran kimia dapat membahayakan kesehatan mereka. 8 responden atau 18 persen menyatakan tidak mempertimbangkan cemaran kimia pada abon, dan 7 responden 15 persen memilih adanya sedikit cemaran kimia. Hal ini dikarenakan karena responden tidak terlalu peduli dengan masalah tersebut. Jadi dapat disimpulkan bahwa 30 responden menginginkan abon jamur tidak terdapat kandungan cemaran kimia.

Tabel 25. Kriteria Harga Abon Jamur yang Diinginkan Pelanggan

Harga	Jumlah (orang)	Presentase (persen)
Rp 10.000-Rp 14.500	19	42
Rp 14.500-Rp 19.500	16	36
Rp 19.500-Rp 24.500	10	22
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 25 dapat diketahui bahwa dari 45 responden menunjukkan 19 responden atau 42 persen menyatakan bahwa responden menginginkan harga abon jamur AILANI Rp 10.000–Rp 14.500. 16 responden atau 36 persen menyatakan bahwa responden menginginkan harga abon jamur AILANI Rp 14.500–Rp 19.500. Hal ini dikarenakan responden berpendapat bahwa dengan harga tersebut maka mereka mendapatkan produk yang bermutu dan terjamin, 10 responden atau 22 persen memilih harga abon jamur AILANI Rp 19.500–Rp 24.500, alasannya yaitu bahwa semakin harganya mahal maka identik dengan semakin bagus dan terjaminnya kualitas suatu produk, sehingga kecil kemungkinannya untuk menyebabkan dampak yang negatif bagi tubuh mereka. Jadi dapat disimpulkan 19 responden menginginkan harga untuk abon jamur sebesar Rp 10.000–Rp 14.500. Hal tersebut telah sesuai dengan harga abon jamur original. Namun harga untuk abon jamur pedas, vegan, dan abon rasa sebesar Rp 15.000.

Berdasarkan penjelasan penyusunan persyaratan pelanggan (*what*) diketahui kriteria-kriteria untuk abon jamur AILANI yang diinginkan konsumen (persyaratan pelanggan), yaitu jenis kemasan aluminium foil, berat isi 50-100 gram, memiliki kandungan protein, tidak menggunakan bumbu penyedap siap saji, kesan di mulut (*mouthfeel*) mantap, rasa manis, warna coklat keemasan, tidak adanya cemaran mikroba, tidak adanya cemaran kimia, dan harga Rp 10.000–Rp 14.500. Persyaratan pelanggan tersebut dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu terdiri dari persyaratan pelanggan primer dan persyaratan pelanggan sekunder. Persyaratan pelanggan primer yaitu kemasan, volume, kesehatan, karakteristik sensori, keamanan dan harga.

Persyaratan pelanggan sekunder yang termasuk ke dalam kemasan yaitu jenis kemasan aluminium foil, sedangkan persyaratan pelanggan sekunder yang diinginkan responden untuk berat isi adalah 50-100 gram. Persyaratan pelanggan sekunder yang termasuk ke dalam kesehatan yaitu adanya kandungan gizi protein, tidak ada kandungan penyedap. Persyaratan pelanggan sekunder yang termasuk ke dalam karakteristik sensori yaitu kesan di mulut renyah, rasa manis dan warna abon coklat keemasan. Persyaratan pelanggan sekunder yang termasuk ke dalam keamanan yaitu kandungan cemaran mikroba dan cemaran kimia tidak ada.

Persyaratan pelanggan harga yaitu Rp 10.000-Rp. 14.500. Persyaratan pelanggan terhadap abon dapat dilihat pada Tabel 26.

Tabel 26. Persyaratan Pelanggan Terhadap Abon Jamur

Persyaratan Pelanggan Primer	Persyaratan Sekunder
Kemasan	Bahan kemas aluminium foil
Berat Isi	50-100gram
Kesehatan	Terdapat kandungan protein
	Tidak terdapat kandungan penyedap
Sensori	<i>Mouthfeel</i> produk renyah
	Karakteristik rasa manis
	Warna abon coklat keemasan
Keamanan	Tidak ada cemaran mikroba
	Tidak ada cemaran kimia
Harga	Harga Rp 10.000-Rp 14.500

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

5.3.2. Penyusunan Persyaratan Teknik (*How*)

Untuk memperoleh persyaratan teknik dilakukan wawancara terkendali dengan AILANI, mengacu kepada standar untuk abon. Untuk pengembangan persyaratan teknik lainnya, beberapa persyaratan teknik diperoleh dari mengidentifikasi beberapa merek produk abon yang sudah beredar di pasaran dan merupakan kompetitor bagi pihak AILANI. Hasil identifikasi terhadap beberapa kompetitor produk abon dapat dilihat pada Tabel 27.

Tabel 27. Karakteristik Beberapa Jenis Abon

Jenis abon	Kemasan	Penggunaan penyedap	Kandungan gizi	Warna
Daging	Aluminium foil, plastik	Ada	Protein, lemak	Coklat gelap
Ikan	Aluminium foil	Ada	Protein, lemak, mineral	Coklat keemasan

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Hasil identifikasi produk kompetitor pada Tabel 27 menunjukkan bahwa jenis kemasan untuk produk abon tidak harus menggunakan plastik, melainkan boleh juga menggunakan jenis kemasan lain seperti aluminium foil. Penambahan penyedap juga diijinkan seperti penambahan penyedap. Sedangkan untuk warna

produk juga diperbolehkan untuk tidak berwarna coklat gelap, melainkan juga coklat keemasan.

Berdasarkan persyaratan standar untuk produk abon sert hasil identifikasi terhadap beberapa produk kompetitor dihasilkan lima persyaratan teknik primer yaitu karakteristik, organoleptik, gizi, kimiawi serta mikrobiologi. Persyaratan karakteristik meliputi penggunaan bubuk perasa, jenis pemanis, bahan kemas, berat isi dan umur simpan produk. Persyaratan organoleptik merupakan persyaratan terhadap rasa serta visualisasi produk. Untuk jenis persyaratan organoleptik meliputi persyaratan flavor produk serta warna produk. Persyaratan gizi merupakan kandungan gizi yang bisa dipenuhi oleh produk abon, kandungan protein lemak, dan penggunaan penyedap. Persyaratan kimiawi meliputi kadar abu dan kadar abu tidak larut dalam asam. Persyaratan mikrobiologi meliputi jumlah bakteri.

Dari hasil wawancara dengan pemilik abon AILANI diperoleh hasil persyaratan teknik abon jamur. Persyaratan teknik primer terdiri dari sifat produk, organoleptik, gizi, kimiawi dan sifat mikrobiologi. Persyaratan teknik sekunder yang termasuk ke dalam karakteristik terdiri dari penggunaan bubuk perasa, penggunaan bahan pemanis, penggunaan bahan kemas, berat isi perkemasan, dan umur simpan produk. Persyaratan teknik sekunder yang termasuk ke dalam organoleptik terdiri dari rasa dan aroma produk serta warna produk. Persyaratan teknik sekunder yang termasuk ke dalam gizi terdiri dari kandungan protein nabati dan kandungan lemak nabati, Persyaratan teknik sekunder yang termasuk kedalam sifat kimiawi terdiri dari kadar abu dan kadar abu tidak larut dalam asam, dan yang termasuk kedalam persyaratan teknik sekunder sifat mikrobiologi yaitu jumlah bakteri. Persyaratan teknik abon jamur dapat dilihat pada Tabel 28.

Tabel 28. Persyaratan Teknik Abon Jamur AILANI

Persyaratan Teknik Primer	Persyaratan Teknik Sekunder
Karakteristik	Penggunaan bubuk perasa
	Penggunaan pemanis gula
	Penggunaan bahan kemas aluminium foil
	Berat isi 80 gram
	Umur simpan 6 bulan
Organoleptik	Rasa dan aroma renyah
	Warna produk coklat keemasan
Gizi	Memiliki kandungan protein nabati
	Memiliki kandungan lemak nabati
Kimia	Kadar abu 7%
	Kadar abu tidak larut dalam asam 0,1%
Mikrobiologi	Jumlah bakteri 3000 koloni/gram

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

5.3.3. Mengembangkan Matriks Hubungan Antara Persyaratan Pelanggan (*What*) dan Persyaratan Teknik (*How*)

Langkah selanjutnya adalah membandingkan persyaratan pelanggan dengan persyaratan teknik, kemudian menentukan hubungan mereka masing-masing. Setiap persyaratan pelanggan mungkin mempengaruhi lebih dari satu persyaratan teknik, dan sebaliknya. Hubungan yang terjadi antara persyaratan pelanggan dengan persyaratan teknik dapat merupakan hubungan yang kuat, sedang atau lemah atau bahkan tidak ada hubungan antara persyaratan pelanggan dengan persyaratan teknik. Untuk menunjukkan derajat hubungan antara persyaratan pelanggan dengan persyaratan teknik, digunakan simbol sebagai berikut :

- = Sebuah lingkaran penuh menunjukkan sebuah hubungan yang kuat, bernilai 5.
- = Sebuah lingkaran kosong menunjukkan sebuah hubungan medium, bernilai 3.
- △ = Sebuah segitiga menunjukkan sebuah hubungan yang lemah, bernilai 1.

Kotak dibiarkan kosong menunjukkan tidak ada hubungan yang terjadi.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap pemilik abon jamur AILANI, diketahui hubungan antara persyaratan pelanggan terhadap abon jamur dengan persyaratan teknik untuk memenuhi keinginan pelanggan. Matriks hubungan

antara persyaratan pelanggan dengan persyaratan teknik abon jamur dapat dilihat pada Tabel 29.

Tabel 29. Matriks Hubungan Antara Persyaratan Pelanggan dan Persyaratan Teknik Abon Jamur AILANI

Persyaratan Teknik		Produk						Organoleptik		Gizi		Kimiawi		Mikrobiologi
		Penggunaan bubuk perasa	Penggunaan pemanis gula	Penggunaan bahan kemasan aluminium foil	Berat isi 80 gram	Umur simpan produk 6 bulan	Rasa dan aroma produk renyah	Warna produk coklat keemasan	Kandungan protein nabati	Kandungan lemak nabati	Kadar abu 7%	Kadar abu tidak larut dalam asam 0.1%	Jumlah bakteri 3000 koloni/gram	
Kemasan	Aluminium foil	•	•	•	•	•	•	Δ					Δ	
Berat Isi	50-100 gram	•	•	•	•	•	•							
Kesehatan	Kandungan protein						•		•		○	○		
	Kandungan penyedap	•	○				○							
Sensori	Mouthfeel produk renyah	•	○	○	○	•	•				○	Δ		
	Karakteristik rasa manis	○	•				○	○						
	Warna abon coklat keemasan	Δ			○	•	•						Δ	
Keamanan	Tidak ada cemaran mikroba			○							○	○	•	
	Tidak ada cemaran kimia	•	•				○						○	
Harga	Harga Rp 10.000-Rp 14.500	•	Δ	•	•					Δ	○		Δ	

Keterangan simbol:

- = Sebuah lingkaran penuh menunjukkan sebuah hubungan yang kuat, bernilai 5.
- = Sebuah lingkaran kosong menunjukkan sebuah hubungan medium, bernilai 3.
- Δ = Sebuah segitiga menunjukkan sebuah hubungan yang lemah, bernilai 1.

Kotak dibiarkan kosong menunjukkan tidak ada hubungan yang terjadi.

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 29 dapat dilihat contoh hubungan kuat yang terjadi adalah hubungan antara persyaratan pelanggan penggunaan aluminium foil dengan persyaratan teknik penggunaan bahan kemasan. Penggunaan aluminium foil sebagai kemasan abon membuat abon tidak bersentuhan langsung dengan cahaya dan udara, sehingga abon memiliki masa simpan yang cukup lama atau pada umumnya yakni enam bulan. Hal ini dikarenakan aluminium foil merupakan

jenis kemasan yang ringan, atraktif, tidak berbau/berasa, dan inert (tidak bereaksi dengan bahan) terhadap sebagian besar makanan.

Sedangkan contoh hubungan sedang yang terjadi adalah hubungan antara persyaratan pelanggan penggunaan penyedap dan persyaratan teknik rasa dan aroma produk. Jika abon menggunakan penyedap, maka rasa dan aroma abon menjadi lebih lezat dan nikmat sehingga rasa khas abon akan tercampur dengan penyedap. Contoh hubungan lemah yang terjadi adalah hubungan antara persyaratan pelanggan penggunaan aluminium foil dengan persyaratan teknik jumlah bakteri. Banyaknya bakteri yang terkandung dalam abon tidak dipengaruhi oleh bahan kemasan yang digunakan, sebab bakteri tersebut telah ada sebelum bahan baku abon tersebut diolah. Sedangkan contoh tidak ada hubungan yang terjadi yaitu antara persyaratan pelanggan tidak adanya cemaran mikroba dengan persyaratan teknik berat isi. Cemaran mikroba tidak akan mempengaruhi berat isi abon per kemasan.

5.3.4. Pengembangan Matriks Hubungan antar Persyaratan Teknik (How)

Matriks korelasi atau disebut juga matriks hubungan digunakan untuk mengidentifikasi persyaratan teknik mana saja yang saling mendukung dan saling bertentangan satu sama lain. Hubungan yang terjadi antar persyaratan teknik dapat berupa hubungan positif kuat, positif lemah, negatif kuat, dan negatif lemah. Untuk menunjukkan hubungan tersebut, digunakan simbol sebagai berikut:

- $\sqrt{\sqrt{}}$ = Hubungan positif kuat, bernilai (+5)
- $\sqrt{\quad}$ = Hubungan positif lemah, bernilai (+3)
- xx = Hubungan negatif lemah, bernilai (-3)
- x = Hubungan negatif kuat, bernilai (-5)

Kotak dibiarkan kosong bila tidak ada hubungan, bernilai 0

Berdasarkan hasil wawancara terhadap pemilik abon jamur AILANI, diketahui hubungan antar persyaratan teknik abon jamur. Matriks hubungan antar persyaratan teknik dapat dilihat pada Tabel 30.

Tabel 30. Matriks Hubungan antar Persyaratan Teknik Abon Jamur AILANI

Persyaratan Teknik	Penggunaan bubuk perasa	Penggunaan pemanis gula	Penggunaan bahan kemas aluminium foil	Berat isi 80 gram	Umur simpan produk 6 bulan	Rasa dan aroma produk renyah	Warna produk coklat keemasan	Kandungan protein nabati	Kandungan lemak nabati	Kadar abu 7%	Kadar abu tidak larut dalam asam 0.1%	Jumlah bakteri 3000 koloni/gram
Penggunaan bubuk perasa						VV	VV	VV	VV			
Penggunaan pemanis gula						VV	V					
Penggunaan bahan kemas aluminium foil				V	V	VV						V
Berat isi 80 gram					XX			X	X			
Umur simpan produk 6 bulan						X	XX					
Rasa dan aroma produk renyah								X	X			
Warna produk coklat keemasan												
Kandungan protein nabati												
Kandungan lemak nabati												
Kadar abu 7%												
Kadar abu tidak larut dalam asam 0.1%												
Jumlah bakteri 3000 koloni/gram												

Keterangan simbol :

√√ = Hubungan positif kuat, bernilai (+5)

√ = Hubungan positif lemah, bernilai (+3)

xx = Hubungan negatif lemah, bernilai (-3)

x = Hubungan negatif kuat, bernilai (-5)

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 30 dapat dilihat contoh hubungan positif kuat yang terjadi adalah hubungan antara persyaratan teknik penggunaan bahan baku dan rasa dan aroma produk. Penggunaan bubuk perasa, semakin banyak menggunakan bubuk perasa, maka rasa dan aroma abon akan lebih nikmat. Sedangkan contoh hubungan positif lemah adalah hubungan antara penggunaan bahan kemas dengan umur simpan produk. Penggunaan bahan kemas yang salah dapat berpengaruh terhadap umur simpan produk, namun pengaruh tersebut tidak terlihat secara langsung. Salah satu bukti apabila produk tersebut telah terpengaruhi oleh sinar

adalah tekstur produk akan berubah menjadi tidak renyah. Contoh hubungan negatif kuat yang terjadi adalah hubungan persyaratan teknik berat isi dengan kandungan protein dan kandungan lemak. Hal tersebut dikarenakan kandungan protein dan lemak tidak mempengaruhi berat isi abon dalam kemasan. Contoh hubungan negatif lemah yang terjadi adalah rasa dan aroma produk dengan kandungan protein dan kandungan lemak.

5.3.5. Penilaian Kompetitif

Penilaian kompetitif adalah sepasang tabel bobot yang menggambarkan bagaimana produk kompetitif abon sapi dibandingkan dengan produk organisasi abon jamur. Tabel penilaian kompetitif dibagi menjadi dua kategori, yaitu penilaian kompetitif pelanggan dan penilaian kompetitif teknik. Adapun alasan dipilihnya abon sapi sebagai pesaing terdekatnya karena mempunyai karakteristik rasa dan kandungan gizi hampir sama dengan abon jamur. Selain itu dipilihnya pesaing abon sapi karena kebanyakan responden pada kuisisioner tahap satu memilih abon sapi sebagai abon yang sering dikonsumsi dan mudah didapatkan dimana-mana.

1. Penilaian Kompetitif Pelanggan

Penilaian kompetitif pelanggan adalah cara untuk menentukan apakah persyaratan pelanggan sudah terpenuhi dan mengidentifikasi persyaratan pelanggan mana yang perlu mendapat perhatian lebih dalam desain selanjutnya (Sriwahyuni, 2006). Penilaian kompetitif persyaratan pelanggan menggunakan skala linkert tingkat dengan bobot sebagai berikut :

- 1 = Sangat buruk
- 2 = Buruk
- 3 = Cukup baik
- 4 = Baik
- 5 = Sangat baik

Hasil penilaian kompetitif pelanggan yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisisioner terhadap 45 responden pelanggan abon jamur dapat dilihat pada Tabel 31.

Tabel 31. Penilaian Kompetitif Pelanggan Terhadap Abon Jamur dan Abon Sapi

Persyaratan Pelanggan	Nilai Abon Jamur	Nilai Abon Sapi
Aluminium foil	4	3
50-100 gram	4	3
Kandungan protein	3	4
Tidak ada kandungan penyedap	3	3
<i>Mouthfeel</i> produk renyah	4	4
Karakteristik rasa manis	4	4
Warna abon coklat keemasan	4	4
Tidak ada cemaran mikroba	4	4
Tidak ada cemaran kimia	3	4
Harga Rp 10.000-14.500	4	3

Keterangan : 3=cukup baik, 4=baik.

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 31 dapat diketahui bahwa abon jamur memiliki nilai lebih baik dibandingkan dengan abon sapi, pernyataan tersebut dapat dilihat pada penggunaan aluminium foil sebagai kemasan, berat isi 50-100 gram, kandungan penyedap dan warna coklat keemasan pada abon. Untuk persyaratan pelanggan mengenai cemaran mikroba dan cemaran kimia, abon jamur dan abon sapi memiliki nilai yang sama-sama baik, sedangkan untuk persyaratan pelanggan mengenai *mouthfeel* produk mantap dan karakteristik rasa manis abon jamur dan abon sapi dinilai sama-sama baik. Namun saat menentukan persyaratan pelanggan mengenai harga, abon sapi dinilai buruk dibandingkan dengan harga abon jamur, dikarenakan harga abon sapi yang lebih mahal.

2. Penilaian Kompetitif Teknik

Penilaian kompetitif teknik adalah penilaian produk dibandingkan dengan pesaing terdekatnya untuk setiap persyaratan teknik. Penilaian kompetitif persyaratan pelanggan menggunakan skala linkert tingkat dengan bobot sebagai berikut :

- 1 = Sangat buruk
- 2 = Buruk
- 3 = Cukup baik
- 4 = Baik

5 = Sangat baik

Berdasarkan wawancara terhadap pemilik abon jamur AILANI, penilaian kompetitif teknik antara abon jamur AILANI dan abon sapi dapat dilihat pada Tabel 32.

Tabel 32. Penilaian Kompetitif Teknik Terhadap Abon Jamur dan Abon Sapi

Persyaratan Teknik	Nilai Abon Jamur	Nilai Abon Sapi
Penggunaan Bahan Baku	4	4
Penggunaan pemanis	4	4
Penggunaan bahan kemas	4	3
Berat isi	4	3
Umur simpan produk	3	3
Rasa dan aroma produk	3	3
Warna produk	4	3
Kandungan protein	4	4
Kandungan lemak	3	2
Kadar abu	4	3
Kadar abu tidak larut dalam asam	3	2
Jumlah bakteri	3	3

Keterangan : 3= cukup baik, 4= baik.

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 32 dapat diketahui bahwa abon jamur dan abon sapi memiliki nilai sama baik dengan abon sapi dalam hal penggunaan bahan baku, penggunaan pemanis, dan kandungan protein. Abon jamur dan abon sapi memiliki nilai yang sama cukup baik dalam hal umur simpan, jumlah bakteri, serta rasa dan aroma. Untuk persyaratan teknik mengenai kandungan lemak, abon sapi dinilai buruk jika dibandingkan dengan abon jamur. Sedangkan untuk persyaratan teknik mengenai penggunaan bahan kemas, berat isi, warna produk, dan kadar abu, abon jamur dinilai baik jika dibandingkan dengan abon sapi.

5.3.6. Pengembangan Prioritas Persyaratan Pelanggan

Prioritas persyaratan pelanggan menunjukkan urutan prioritas persyaratan pelanggan yang dipenuhi dalam pengembangan produk abon jamur. Prioritas persyaratan pelanggan yang dilakukan oleh 45 responden ini mencakup kepentingan bagi pelanggan, nilai sasaran, faktor skala kenaikan, poin penjualan dan bobot absolut.

1. Kepentingan Bagi Pelanggan

Kepentingan bagi pelanggan dilakukan dengan pemberian rating pada setiap persyaratan pelanggan, kemudian dianalisis dengan menggunakan tabulasi deskriptif berupa tabel frekuensi. Rating tersebut bertujuan untuk memprioritaskan usaha. Kriteria dari setiap tingkat kepentingan yang memiliki frekuensi responden terbanyak merupakan tingkat kepentingan suatu persyaratan pelanggan bagi pelanggan.

Tabel 33. Tingkat Kepentingan Persyaratan Pelanggan Kemasan Aluminium Foil

Tingkat Kepentingan Aluminium Foil	Jumlah (orang)	Persentase (persen)
1 (Sangat tidak penting)	-	-
2 (Tidak penting)	2	4
3 (Cukup penting)	13	29
4 (Penting)	14	31
5 (Sangat penting)	16	36
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 33 dapat diketahui bahwa 16 responden atau 36 persen menyatakan penggunaan aluminium foil sebagai kemasan abon jamur sangat penting bagi reponden. 13 responden atau 29 persen menyatakan aluminium foil cukup penting untuk kemasan abon jamur. 14 responden atau 31 persen menyatakan aluminium foil penting untuk kemasan abon jamur. 2 responden atau 4 persen menyatakan aluminium foil tidak penting untuk digunakan sebagai kemasan pada abon jamur. Jadi dapat disimpulkan bahwa 16 responden menilai kemasan aluminium foil sangat peting bagi pelanggan. Hal tersebut dikarenakan kemasan aluminium foil mampu menjaga kondisi abon jamur tetap kering.

Tabel 34. Tingkat Kepentingan Persyaratan Pelanggan Berat Isi Abon 50-100 gram

Tingkat Kepentingan Berat Isi 50-100 gram	Jumlah (orang)	Persentase (persen)
1 (Sangat tidak penting)	-	-
2 (Tidak penting)	9	20
3 (Cukup penting)	13	29
4 (Penting)	15	33
5 (Sangat penting)	8	18
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 34 dapat diketahui bahwa 15 responden atau 33 persen menyatakan berat isi abon jamur 50-100 gram dirasa penting. 13 responden atau 29 persen menyatakan berat isi abon jamur 50-100 gram dirasa cukup penting. 9 responden atau 20 persen menyatakan tidak penting apabila berat isi abon jamur 50-100 gram. 8 responden atau 18 persen menyatakan sangat penting untuk berat isi abon jamur 50-100 gram. Jadi dapat disimpulkan bahwa 15 responden menilai berat isi abon 50-100 gram penting bagi pelanggan. Hal ini dikarenakan abon merupakan makanan yang cepat rusak apabila penyimpanannya kurang tepat

Tabel 35. Tingkat Kepentingan Persyaratan Pelanggan Kandungan Protein

Tingkat Kepentingan Kandungan Protein	Jumlah (orang)	Persentase (persen)
1 (Sangat tidak penting)	-	-
2 (Tidak penting)	4	9
3 (Cukup penting)	15	33
4 (Penting)	14	31
5 (Sangat penting)	12	27
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 35 dapat diketahui bahwa 15 responden atau 33 persen menyatakan kandungan protein dalam abon jamur dinilai cukup penting. 14 responden atau 31 persen menyatakan kandungan protein dalam abon jamur dinilai penting. 12 responden atau 27 persen menyatakan kandungan protein dalam abon jamur dinilai sangat penting, dan 4 responden atau 9 persen menyatakan kandungan protein dalam abon jamur dinilai tidak penting. Jadi dapat disimpulkan bahwa 15 responden menilai kandungan protein yang terdapat pada abon jamur dinilai cukup penting bagi pelanggan. Hal ini dikarenakan protein dapat mengganti sel-sel yang rusak.

Tabel 36. Tingkat Kepentingan Persyaratan Pelanggan Tidak Ada Kandungan Penyedap

Tingkat Kepentingan Tidak Ada Kandungan Penyedap	Jumlah (orang)	Persentase (persen)
1 (Sangat tidak penting)	-	-
2 (Tidak penting)	-	-
3 (Cukup penting)	7	16
4 (Penting)	20	44
5 (Sangat penting)	18	40
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 36 dapat diketahui bahwa 20 responden atau 44 persen menyatakan kandungan penyedap pada abon jamur penting. 18 responden atau 40 persen menyatakan sangat penting. 7 responden atau 16 persen menyatakan kandungan penyedap pada abon jamur cukup penting. Jadi dapat disimpulkan bahwa 20 responden menilai tidak adanya kandungan penyedap yang terdapat pada abon jamur penting bagi pelanggan, karena penyedap dapat menghilangkan rasa asli abon, selain itu kandungan penyedap yang ada pada makanan akan menimbulkan dampak buruk pada tubuh manusia.

Tabel 37. Tingkat Kepentingan Persyaratan Pelanggan Kesan di Mulut (*Mouthfeel*) Produk Renyah

Tingkat Kepentingan Kesan di Mulut (<i>Mouthfeel</i>) Renyah	Jumlah (orang)	Persentase (persen)
1 (Sangat tidak penting)	-	-
2 (Tidak penting)	-	-
3 (Cukup penting)	17	38
4 (Penting)	18	40
5 (Sangat penting)	10	22
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 37 dapat diketahui bahwa 20 responden atau 40 persen menyatakan kesan produk abon jamur di mulut (*mouthfeel*) renyah penting. 18 responden atau 36 persen menganggap kesan produk abon jamur di mulut (*mouthfeel*) cukup penting. 12 responden atau 24 persen menganggap kesan (*mouthfeel*) mantap abon jamur cukup penting. Jadi dapat disimpulkan bahwa 18

responden menilai kesan abon jamur dimulut renyah penting bagi pelanggan. Hal ini dikarenakan jamur memiliki kandungan air yang lebih banyak jika dibandingkan dengan sapi dan ikan, sehingga untuk mendapatkan tekstur yang renyah dirasa penting bagi pelanggan.

Tabel 38. Tingkat Kepentingan Persyaratan Pelanggan Karakteristik Rasa Manis

Tingkat Kepentingan Karakteristik Rasa Manis	Jumlah (orang)	Persentase (persen)
1 (Sangat tidak penting)	-	-
2 (Tidak penting)	-	-
3 (Cukup penting)	16	36
4 (Penting)	19	42
5 (Sangat penting)	10	22
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 38 dapat diketahui bahwa 19 responden atau 42 persen menyatakan penting untuk rasa manis pada abon. 16 responden atau 36 persen menyatakan cukup penting untuk rasa manis pada abon. 10 responden atau 22 persen menyatakan sangat penting. Jadi dapat disimpulkan bahwa 19 responden menilai rasa manis abon jamur penting bagi pelanggan. Hal ini dikarenakan rasa khas abon yang sesungguhnya adalah manis.

Tabel 39. Tingkat Kepentingan Persyaratan Pelanggan Warna Abon Coklat Keemasan

Tingkat Kepentingan Warna Coklat Keemasan	Jumlah (orang)	Persentase (persen)
1 (Sangat tidak penting)	-	-
2 (Tidak penting)	-	-
3 (Cukup penting)	18	40
4 (Penting)	13	29
5 (Sangat penting)	14	31
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 39 dapat diketahui bahwa 18 responden atau 40 persen menyatakan warna keemasan pada abon cukup penting. 14 responden atau 31 persen menyatakan warna keemasan pada abon sangat penting. 13 responden atau

29 persen menyatakan penting. Jadi dapat disimpulkan bahwa 18 responden menilai warna coklat keemasan pada abon jamur cukup penting bagi pelanggan, karena tampilan warna juga akan berpengaruh terhadap rasa.

Tabel 40. Tingkat Kepentingan Persyaratan Pelanggan Tidak Ada Cemaran Mikroba

Tingkat Kepentingan Tidak Ada Cemaran Mikroba	Jumlah (orang)	Persentase (persen)
1 (Sangat tidak penting)	-	-
2 (Tidak penting)	-	-
3 (Cukup penting)	18	40
4 (Penting)	12	27
5 (Sangat penting)	15	33
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 40 dapat diketahui bahwa 18 responden atau 40 persen menyatakan cukup penting terhadap tidak adanya cemaran mikroba dalam abon jamur. 15 responden atau 33 persen menyatakan sangat penting. 12 responden atau 27 persen menyatakan penting. Jadi dapat disimpulkan bahwa 18 responden menilai tidak ada cemaran mikroba pada abon jamur cukup penting bagi pelanggan, karena mikroba (virus, bakteri, dan jamur) yang menyerang makanan dapat mengurangi nilai gizi dan kelezatannya.

Tabel 41. Tingkat Kepentingan Persyaratan Pelanggan Tidak Ada Cemaran Kimia

Tingkat Kepentingan Tidak Ada Cemaran Kimia	Jumlah (orang)	Persentase (persen)
1 (Sangat tidak penting)	-	-
2 (Tidak penting)	5	11
3 (Cukup penting)	13	29
4 (Penting)	16	36
5 (Sangat penting)	11	24
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 41 dapat diketahui bahwa 16 responden atau 36 persen menyatakan penting terhadap tidak adanya cemaran kimia pada abon jamur. 11 responden atau 24 persen menyatakan sangat penting tidak ada cemaran kimia pada abon jamur. 13 responden atau 29 persen menyatakan cukup penting

terhadap tidak adanya cemaran kimia. 5 responden atau 11 persen menyatakan tidak penting tentang tidak adanya cemaran kimia pada abon jamur. Jadi dapat disimpulkan bahwa 16 responden menilai tidak ada cemaran kimia pada abon jamur penting bagi pelanggan, karena apabila mengkonsumsi makanan yang mengandung zat kimia akan berdampak pada kesehatan mereka.

Tabel 42. Tingkat Kepentingan Persyaratan Pelanggan Harga Rp 10.000-Rp 14.500

Tingkat Kepentingan Harga Rp 10.000-Rp 14.500	Jumlah (orang)	Persentase (persen)
1 (Sangat tidak penting)	-	-
2 (Tidak penting)	9	20
3 (Cukup penting)	10	22
4 (Penting)	17	38
5 (Sangat penting)	9	20
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 42 dapat diketahui bahwa 17 responden atau 38 persen menilai harga abon jamur Rp 10.000-Rp 14.500 penting. 10 responden atau 22 persen menilai harga abon jamur Rp 10.000-Rp 14.500 cukup penting. 9 responden atau 20 persen menilai harga abon jamur Rp 10.000-Rp 14.500 sangat penting dan tidak penting. Jadi dapat disimpulkan bahwa 17 responden menilai harga abon jamur Rp 10.000-Rp 14.500 penting bagi pelanggan, karena dengan harga tersebut dianggap tidak terlalu mahal maka semua kalangan bisa membelinya.

Setelah diketahui penjelasan mengenai tingkat kepentingan pelanggan, maka dapat disimpulkan tingkat kepentingan dari setiap persyaratan pelanggan untuk aluminium foil dinilai sangat penting. Untuk persyaratan pelanggan kandungan protein, warna abon coklat keemasan, tidak ada cemaran mikroba dinilai responden cukup penting, sedangkan persyaratan pelanggan berat isi abon 50-100 gram, tidak ada kandungan penyedap, kesan di mulut (*mouthfeel*) produk renyah, serta rasa khas abon yang manis, tidak ada cemaran kimia, harga abon Rp 10.000-Rp 14.500 dinilai responden penting. Tingkat kepentingan persyaratan pelanggan bagi responden dapat dilihat pada Tabel 43.

Tabel 43. Tingkat Kepentingan Persyaratan Pelanggan Terhadap Abon Jamur

Persyaratan Pelanggan	Tingkat Kepentingan
Aluminium foil	5
50-100 gram	4
Kandungan protein	3
Tidak ada kandungan penyedap	4
<i>Mouthfeel</i> produk renyah	4
Karakteristik rasa manis	4
Warna abon coklat keemasan	3
Tidak ada cemaran mikroba	3
Tidak ada cemaran kimia	4
Harga Rp 10.000-Rp 14.500	4

Keterangan : 3 = cukup penting, 4 = penting, 5 = sangat penting

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

2. Nilai Sasaran Persyaratan Pelanggan

Nilai sasaran ditentukan dengan mengevaluasi penilaian dari setiap persyaratan pelanggan dan membuat penilaian baru yang mempertahankan produk tidak berubah, memperbaiki produk atau membuat produk lebih baik dari pesaing. Berdasarkan wawancara terhadap pemilik abon jamur AILANI, diketahui nilai sasaran untuk setiap persyaratan pelanggan dalam pengembangan produk abon jamur. Nilai sasaran setiap persyaratan pelanggan dapat dilihat pada Tabel 44.

Tabel 44. Nilai Sasaran Setiap Persyaratan Pelanggan Abon Jamur AILANI

Persyaratan Pelanggan	Nilai abon jamur	Nilai abon sapi	Nilai sasaran abon jamur
Aluminium foil	4	4	5
50-100 gram	4	4	4
Kandungan protein	3	4	4
Tidak ada kandungan penyedap	3	3	3
<i>Mouthfeel</i> produk renyah	4	4	5
Karakteristik rasa manis	4	4	4
Warna abon coklat keemasan	4	4	4
Tidak ada cemaran mikroba	4	3	4
Tidak ada cemaran kimia	4	4	4
Harga Rp 10.000-Rp 14.500	3	4	4

Keterangan : 2=buruk, 3=cukup baik, 4=baik, 5=sangat baik

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 44 dapat diketahui bahwa persyaratan pelanggan tentang adanya kandungan protein dan harga Rp 10.000-Rp 14.500 pada abon sapi dinilai baik oleh responden jika dibandingkan dengan abon jamur. Tidak adanya kandungan penyedap pada abon jamur dan abon sapi dinilai cukup baik oleh responden. Tidak adanya cemaran mikroba pada abon jamur dinilai lebih baik oleh responden jika dibandingkan dengan abon sapi. Sedangkan untuk bahan kemas aluminium foil, berat 50-100 gram, kesan di mulut (*mouthfeel*) produk renyah, karakteristik rasa manis, warna abon coklat keemasan, dan tidak ada cemaran kimia antara abon jamur dan abon sapi dinilai sama baik oleh responden.

Namun harapan perusahaan tidak sesuai dengan keadaan yang ada di lapang, sehingga perusahaan masih mencari beberapa upaya agar produk abon jamur AILANI bisa diterima oleh konsumen sesuai dengan harapan produsen, disini produsen bisa menggunakan cara seperti perbaikan kemasan dan penambahan berat isi dengan harga perkemasan tidak berubah atau tetap sama.

3. Faktor Skala Kenaikan

Faktor skala kenaikan adalah rasio antara nilai sasaran dengan nilai produk yang diberikan dalam penilaian kompetitif pelanggan. Persyaratan pelanggan yang memiliki faktor skala kenaikan diatas satu berarti membutuhkan perbaikan, semakin besar nilainya berarti semakin besar usaha yang dibutuhkan. Berdasarkan hasil perhitungan menurut rasio antara nilai sasaran dengan nilai produk yang terdapat pada Lampiran 10, dapat dilihat pada Tabel 45.

Tabel 45. Faktor Skala Kenaikan Setiap Persyaratan Pelanggan Abon Jamur AILANI

Persyaratan Pelanggan	Faktor Skala Kenaikan
Aluminium foil	1.3
50-100 gram	1.0
Kandungan protein	1.3
Tidak ada kandungan penyedap	1.0
<i>Mouthfeel</i> produk renyah	1.3
Karakteristik rasa manis	1.0
Warna abon coklat keemasan	1.0
Tidak ada cemaran mikroba	1.0
Tidak ada cemaran kimia	1.0
Harga Rp 10.000-Rp. 14.500	1.3

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 45 dapat diketahui bahwa abon jamur AILANI yang membutuhkan perbaikan pertama terjadi pada menggunakan aluminium foil sebagai kemasan. perbaikan yang dimaksud konsumen adalah kemasan yang tertutup aluminium foil secara menyeluruh seperti pada kemasan abon rasa. Perbaikan kedua terdapat pada kandungan protein. Perbaikan ketiga terdapat pada kesan di mulut (*mouthfeel*) produk renyah. Hal ini disebabkan jamur memiliki kandungan air, sehingga kerenyahan abon jamur sangat diperlukan. Perbaikan keempat terdapat pada harga Rp 10.000-Rp 14.500. Sedangkan untuk karakteristik rasa manis, berat isi 50-100 gram, warna coklat keemasan abon, tidak adanya cemaran mikroba, dan kimia kebutuhan perbaikan masih sedang.

4. Poin Penjualan

Tujuan dari poin penjualan adalah untuk mempromosikan persyaratan pelanggan yang terbaik dan persyaratan pelanggan yang akan menolong dalam penjualan produk. Poin penjualan setiap persyaratan pelanggan yang dilakukan oleh 45 responden, kemudian dianalisis menggunakan tabulasi deskriptif berupa tabel frekuensi. Menurut Sriwahyuni (2006), untuk menyusun kolom kepentingan pelanggan, poin penjualan digunakan nilai antara 1,0, 1,2, dan 1,5 dengan kriteria sebagai berikut :

1,0 = Tidak menolong dalam penjualan produk

1,2 = Cukup menolong dalam penjualan produk

1,5 = Menolong dalam penjualan produk

Kriteria dari setiap poin penjualan yang memiliki frekuensi responden terbanyak merupakan poin penjualan dari suatu persyaratan pelanggan.

Tabel 46. Poin Penjualan Persyaratan Pelanggan Kemasan Aluminium Foil

Poin Penjualan Kemasan Aluminium Foil	Jumlah (orang)	Persentase (persen)
1.0 (Tidak menolong dalam penjualan)	13	29
1.2 (Cukup menolong dalam penjualan)	17	38
1.5 (Menolong dalam penjualan)	15	33
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 46 dapat diketahui bahwa 17 responden atau 38 persen menyatakan kemasan aluminium seccara menyeluruh cukup menolong dalam penjualan abon jamur. 15 responden (15 persen) menyatakan kemasan aluminium dapat menolong penjualan abon jamur, dan 13 responden (29 persen) menyatakan aluminium foil tidak menolong dalam penjualan abon jamur. Jadi dapat disimpulkan bahwa 17 responden menilai kemasan aluminium foil cukup menolong penjualan abon jamur, karena aluminium foil lebih sehat dan lebih mudah jika dibawa berpergian.

Tabel 47. Poin Penjualan Persyaratan Pelanggan Berat Isi 50-100 gram

Poin Penjualan Berat Isi 50-100 gram	Jumlah (orang)	Persentase (persen)
1.0 (Tidak menolong dalam penjualan)	11	24
1.2 (Cukup menolong dalam penjualan)	18	40
1.5 (Menolong dalam penjualan)	16	36
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 47 dapat diketahui bahwa 16 responden atau 36 persen menyatakan berat isi 50-100 gram menolong penjualan abon jamur. 18 responden atau 40 persen menyatakan cukup menolong. 11 responden atau 24 persen menyatakan tidak menolong dalam penjualan abon jamur. Jadi dapat disimpulkan bahwa 18 responden menilai berat isi 50-100 gram cukup menolong penjualan abon jamur, karena menurut responden berat isi 50-100 gram dirasa tidak terlalu banyak.

Tabel 48. Poin Penjualan Persyaratan Pelanggan Kandungan Protein

Poin Penjualan Kandungan Protein	Jumlah (orang)	Persentase (persen)
1.0 (Tidak menolong dalam penjualan)	10	22
1.2 (Cukup menolong dalam penjualan)	21	47
1.5 (Menolong dalam penjualan)	14	31
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 48 dapat diketahui bahwa 21 responden atau 47 persen menyatakan kandungan protein yang terdapat dalam abon cukup menolong dalam penjualan. 14 responden atau 31 persen menyatakan kandungan protein menolong

penjualan abon jamur. 10 responden atau 22 persen menyatakan kandungan protein tidak menolong penjualan abon jamur. Jadi dapat disimpulkan bahwa 21 responden menilai kandungan protein cukup menolong penjualan abon, karena kandungan protein yang terdapat pada jamur adalah protein nabati.

Tabel 49. Poin Penjualan Persyaratan Pelanggan Tidak Ada Kandungan Penyedap

Poin Penjualan Kandungan Penyedap	Jumlah (orang)	Persentase (persen)
1.0 (Tidak menolong dalam penjualan)	7	16
1.2 (Cukup menolong dalam penjualan)	18	40
1.5 (Menolong dalam penjualan)	20	44
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 49 dapat diketahui bahwa 20 responden atau 44 persen menyatakan tidak adanya kandungan penyedap dirasa menolong penjualan abon jamur. 18 responden atau 40 persen menyatakan tidak adanya kandungan penyedap dirasa cukup menolong. 7 responden atau 16 persen menyatakan tidak adanya kandungan penyedap dirasa tidak dapat menolong penjualan abon jamur. Jadi dapat disimpulkan bahwa 20 responden menilai tidak adanya kandungan penyedap menolong penjualan abon, karena responden ingin merasakan abon dengan rasa alami dari bahan baku yang berbeda.

Tabel 50. Poin Penjualan Persyaratan Pelanggan Kesan Di Mulut (*Mouthfeel*) Produk Renyah

Poin Penjualan <i>Mouthfeel</i> Produk Renyah	Jumlah (orang)	Persentase (persen)
1.0 (Tidak menolong dalam penjualan)	6	13
1.2 (Cukup menolong dalam penjualan)	22	49
1.5 (Menolong dalam penjualan)	17	38
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 50 dapat diketahui bahwa 22 responden atau 49 persen menyatakan kesan produk di mulut (*mouthfeel*) renyah dirasa cukup menolong penjualan abon jamur. 17 responden atau 38 persen menyatakan kesan produk di mulut (*mouthfeel*) renyah dirasa menolong penjualan produk abon jamur. 6 responden atau 13 persen menyatakan kesan produk di mulut (*mouthfeel*) renyah

dirasa tidak menolong penjualan abon jamur. Jadi dapat disimpulkan bahwa 22 responden menilai kesan abon dimulut renyah cukup menolong penjualan abon, karena *mouthfeel* merupakan, karena kesan di mulut merupakan syarat kedua untuk produk olahan makanan.

Tabel 51. Poin Penjualan Persyaratan Pelanggan Karakteristik Rasa Manis

Poin Penjualan Karakteristik Rasa Manis	Jumlah (orang)	Persentase (persen)
1.0 (Tidak menolong dalam penjualan)	12	27
1.2 (Cukup menolong dalam penjualan)	23	51
1.5 (Menolong dalam penjualan)	10	22
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 51 dapat diketahui bahwa 23 responden atau 51 persen menyatakan karakteristik manis cukup menolong penjualan abon jamur. 10 responden atau 22 persen menyatakan menolong. 12 responden atau 27 persen menyatakan karakteristik rasa manis tidak menolong penjualan abon jamur. Jadi dapat disimpulkan bahwa 23 responden menilai rasa manis abon cukup menolong penjualan abon, karena abon memiliki rasa khas yang manis.

Tabel 52. Poin Penjualan Persyaratan Pelanggan Warna Keemasan

Poin Penjualan Warna Keemasan	Jumlah (orang)	Persentase (persen)
1.0 (Tidak menolong dalam penjualan)	8	18
1.2 (Cukup menolong dalam penjualan)	20	44
1.5 (Menolong dalam penjualan)	17	38
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 52 dapat diketahui bahwa 20 responden atau 44 persen menyatakan warna keemasan cukup menolong penjualan abon jamur. 17 responden atau 38 persen menyatakan warna keemasan dapat menolong penjualan abon jamur. dan 8 responden atau 18 persen menyatakan tidak menolong penjualan abon jamur. Jadi dapat disimpulkan bahwa 20 responden menilai warna abon yang keemasan cukup menolong, karena warna dapat berpengaruh terhadap rasa dan kandungan gizi yang terdapat pada abon jamur.

Tabel 53. Poin Penjualan Persyaratan Pelanggan Tidak Ada Cemaran Mikroba

Poin Penjualan Tidak Ada Cemaran Mikroba	Jumlah (orang)	Persentase (persen)
1.0 (Tidak menolong dalam penjualan)	-	-
1.2 (Cukup menolong dalam penjualan)	25	56
1.5 (Menolong dalam penjualan)	20	44
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 53 dapat diketahui bahwa 25 responden atau 56 persen menyatakan tidak adanya cemaran mikroba cukup menolong penjualan abon jamur. 20 responden atau 44 persen menyatakan cukup menolong. Jadi dapat disimpulkan bahwa 25 responden menilai tidak adanya cemaran mikroba cukup menolong, karena responden beranggapan bahwa makanan yang tidak tercemar mikroba merupakan makanan sehat.

Tabel 54. Poin Penjualan Persyaratan Pelanggan Tidak Ada Cemaran Kimia

Poin Penjualan Tidak Ada Cemaran Kimia	Jumlah (orang)	Persentase (persen)
1.0 (Tidak menolong dalam penjualan)	-	-
1.2 (Cukup menolong dalam penjualan)	23	51
1.5 (Menolong dalam penjualan)	22	49
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 54 dapat diketahui bahwa 22 responden atau 49 persen menyatakan tidak adanya cemaran kimia menolong penjualan abon jamur. 23 responden atau 51 persen menyatakan cukup menolong. Jadi dapat disimpulkan bahwa 23 responden menilai tidak adanya cemaran kimia cukup menolong. Hal ini dikarenakan bahan kimia akan membuat manfaat abon jamur kurang maksimal selain itu konsumen beranggapan abon jamur diciptakan dengan tujuan kesehatan.

Tabel 55. Poin Penjualan Persyaratan Pelanggan Harga Rp 10.000-Rp 14.500

Poin Penjualan Harga Rp 10.000-Rp 14.500	Jumlah (orang)	Persentase (persen)
1.0 (Tidak menolong dalam penjualan)	12	27
1.2 (Cukup menolong dalam penjualan)	18	40
1.5 (Menolong dalam penjualan)	15	33
Total	45	100

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 55 dapat diketahui bahwa 18 responden atau 40 persen menyatakan harga Rp 10.000-Rp 14.500 cukup menolong penjualan abon jamur. 15 responden atau 33 persen menyatakan menolong. 12 responden atau 27 persen menyatakan harga Rp 10.000-Rp 14.500 tidak menolong penjualan abon jamur. Jadi dapat disimpulkan bahwa 18 responden harga Rp 10.000-Rp 14.500 cukup menolong. Hal ini dikarenakan harga abon tanpa campuran bahan lain memiliki harga lebih mahal, selain itu juga harga merupakan patokaan produk tersebut memiliki mutu dan kualitas produk yang baik.

Setelah diketahui penjelasan mengenai poin penjualan dari setiap persyaratan pelanggan untuk abon jamur. Persyaratan pelanggan yang dinilai menolong dalam penjualan abon jamur adalah tidak ada kandungan penyedap, sedangkan persyaratan pelanggan yang dinilai cukup menolong antara lain kemasan aluminum foil secara menyeluruh, berat isi 50-100 gram, kandungan protein, *mouthfeel* produk mantap, karakteristik rasa manis, warna keemasan, tidak ada cemaran mikroba, serta harga Rp 10.000-Rp 14.500. Poin penjualan setiap persyaratan pelanggan dapat dilihat pada Tabel 56.

Tabel 56. Poin Penjualan Setiap Persyaratan Pelanggan Terhadap Abon Jamur AILANI

Persyaratan Pelanggan	Poin Penjualan
Aluminium foil	1.2
50-100 gram	1.2
Kandungan protein	1.2
Kandungan penyedap	1.5
Mouthfeel produk renyah	1.2
Karakteristik rasa manis	1.2
Warna abon coklat keemasan	1.2
Tidak ada cemaran mikroba	1.2
Tidak ada cemaran kimia	1.2
Harga Rp 10.000-Rp 14.500	1.2

Keterangan : 1.2 = cukup menolong dalam penjualan

1.5 = menolong dalam penjualan

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

5. Bobot Absolut Persyaratan Pelanggan

Bobot absolut diperoleh dari perkalian antara kepentingan bagi pelanggan, faktor skala kenaikan dan poin penjualan untuk setiap persyaratan pelanggan. Setelah menjumlahkan semua bobot absolut, persentase dan ranking untuk setiap persyaratan pelanggan dapat ditentukan. Bobot kemudian dapat digunakan sebagai petunjuk untuk perencanaan dari pengembangan produk. Berdasarkan hasil perhitungan yang terdapat pada Lampiran 11, maka bobot absolut untuk setiap persyaratan pelanggan dapat dilihat pada Tabel 57.

Tabel 57. Bobot Absolut Setiap Persyaratan Pelanggan Terhadap Abon Jamur AILANI

Persyaratan Pelanggan	Bobot Absolut	Persentase (%)	Prioritas
Aluminium foil	7.8	15	1
50-100 gram	4.8	9	4
Kandungan protein	4.7	9	4
Kandungan penyedap	6.0	11	3
Mouthfeel produk renyah	6.2	12	2
Karakteristik rasa manis	4.8	9	4
Warna abon coklat keemasan	3.6	7	5
Tidak ada cemaran mikroba	3.6	7	5
Tidak ada cemaran kimia	4.8	9	4
Harga Rp 10.000-Rp 14.500	6.2	12	2
TOTAL	52.6	100	

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 57 dapat diketahui urutan prioritas persyaratan pelanggan terhadap abon jamur yang dimulai dari persyaratan pelanggan yang memiliki bobot absolut terbesar sampai dengan terkecil. Urutan prioritas persyaratan pelanggan yang harus dipenuhi oleh AILANI dalam pengembangan produk abon jamur yaitu :

- a. Kemasan aluminium foil
- b. Mouthfeel produk renyah, dan harga Rp 10.000-Rp 14.500
- c. Tidak ada kandungan penyedap
- d. Berat isi 50-100 gram, memiliki kandungan gizi protein, karakteristik rasa manis, tidak ada cemaran kimia
- e. Warna abon coklat keemasan, tidak ada cemaran mikroba

5.3.7. Pengembangan Prioritas Persyaratan Teknik

Langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi persyaratan teknik yang paling dibutuhkan untuk memenuhi persyaratan pelanggan. Prioritas persyaratan teknik mencakup derajat kesulitan, nilai sasaran, serta bobot absolut dan relatif.

1. Derajat Kesulitan

Derajat kesulitan bertujuan untuk mengevaluasi kemampuan persyaratan teknik sehingga dapat dilakukan perbaikan kualitas. Hasil wawancara dengan pemilik abon jamur AILANI, derajat kesulitan untuk memenuhi setiap persyaratan teknik yang memenuhi persyaratan pelanggan dapat dilihat pada Tabel 58.

Tabel 58. Derajat Kesulitan Setiap Persyaratan Teknik Abon Jamur AILANI

Persyaratan Teknik	Derajat Kesulitan
Penggunaan bubuk perasa	2
Penggunaan pemanis gula	2
Penggunaan bahan kemas aluminium foil	3
Berat isi 80 gram	3
Umur simpan 6 bulan	3
Rasa dan aroma renyah	3
Warna produk coklat keemasan	3
Memiliki kandungan protein nabati	3
Memiliki kandungan lemak nabati	3
Kadar abu 7%	4
Kadar abu tidak larut dalam asam 0.1%	4
Jumlah bakteri 3000 koloni/gram	4

Keterangan: 2=mudah, 3= cukup sulit, 4=sulit

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 58 dapat diketahui bahwa persyaratan teknik yang mudah dipenuhi oleh AILANI antara lain penggunaan bubuk perasa dan penggunaan pemanis. Persyaratan teknik yang cukup sulit dipenuhi antara lain penggunaan bahan kemasan, berat isi, umur simpan produk, rasa dan aroma produk, warna produk, kandungan protein, dan kandungan lemak. Persyaratan teknik yang sulit dipenuhiantara lain kadar abu, kadar abu tidak larut dalam asam, dan jumlah bakteri.

2. Nilai Sasaran Persyaratan Teknik

Nilai sasaran persyaratan teknik adalah nilai yang harus diperoleh untuk menghasilkan persyaratan teknik. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik abon jamur AILANI, nilai sasaran setiap persyaratan teknik dalam pengembangan produk abon jamur dapat dilihat pada Tabel 59.

Tabel 59. Nilai Sasaran Setiap Persyaratan Teknik Abon Jamur AILANI

Persyaratan Pelanggan	Nilai abon jamur	Nilai abon sapi	Nilai sasaran abon jamur
Penggunaan bubuk perasa	4	4	5
Penggunaan pemanis gula	4	4	5
Penggunaan bahan kemasan aluminium foil	4	2	5
Berat isi 80 gram	3	2	5
Umur simpan 6 bulan	4	3	5
Rasa dan aroma renyah	3	3	4
Warna produk coklat keemasan	3	3	4
Memiliki kandungan protein nabati	4	4	4
Memiliki kandungan lemak nabati	3	4	4
Kadar abu 7%	3	3	4
Kadar abu tidak larut dalam asam 0.1%	3	3	3
Jumlah bakteri 3000 koloni/gram	3	3	3

Keterangan: 3= cukup baik, 4=baik, 5=sangat baik

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 59 diketahui bahwa persyaratan teknik abon jamur AILANI adanya perubahan belum diperlukan, nilai abon jamur AILANI lebih unggul jika dibandingkan dengan abon sapi. Pemilik AILANI terus melakukan perbaikan-perbaikan pada produk abon jamur agar produk memiliki kualitas yang

sama dengan abon yang telah memiliki kelengkapan standar mutu dan kualitas produk.

3. Bobot Absolut Persyaratan Teknik

Bobot absolut untuk setiap persyaratan teknik ditentukan dengan mengalikan nilai simbol pada matriks hubungan antara persyaratan pelanggan dan persyaratan teknik, dengan kepentingan bagi pelanggan untuk setiap persyaratan pelanggan, kemudian dijumlahkan. Bobot absolut berada di atas bobot relatif pada prioritas persyaratan teknik. Berdasarkan hasil perhitungan mengenai bobot absolut persyaratan teknik dapat dilihat pada Lampiran 12, maka bobot absolut setiap persyaratan teknik, seperti yang tertera pada Tabel 60.

Tabel 60. Bobot Absolut Setiap Persyaratan Teknik Abon Jamur AILANI

Persyaratan Teknik	Bobot Absolut	Persentase (%)	Prioritas
Penggunaan bubuk perasa	115	16.0	1
Penggunaan pemanis gula	68	9.4	5
Penggunaan bahan kemas aluminium foil	86	11.9	3
Berat isi 80 gram	77	10.7	4
Umur simpan 6 bulan	46	6.4	7
Rasa dan aroma renyah	111	15.4	2
Warna produk coklat keemasan	52	7.2	6
Memiliki kandungan protein nabati	19	2.6	10
Memiliki kandungan lemak nabati	12	1.7	12
Kadar abu 7%	30	4.2	9
Kadar abu tidak larut dalam asam 0.1%	13	1.8	11
Jumlah bakteri 3000 koloni/gram	39	5.4	8
TOTAL	721	100	

Sumber : Data diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 60 dapat diketahui urutan prioritas persyaratan teknik dalam pengembangan abon jamur berdasarkan bobot absolut yang memiliki bobot absolut terbesar sampai dengan terkecil. Urutan prioritas persyaratan teknik dalam pengembangan abon jamur berdasarkan bobot absolut yaitu :

- Penggunaan bubuk perasa
- Rasa dan aroma produk renyah
- Penggunaan bahan kemas aluminium foil
- Berat isi 50-100 gram

- e. Penggunaan pemanis gula
 - f. Warna produk coklat keemasan
 - g. Umur simpan produk 6 bulan
 - h. Jumlah bakteri 3000 koloni/gram
 - i. Kadar abu 7%
 - j. Memiliki kandungan protein nabati
 - k. Kadar abu tidak larut dalam asam 0.1%
 - l. Memiliki kandungan lemak nabati
4. Bobot Relatif Persyaratan Teknik

Bobot relatif untuk setiap persyaratan teknik ditentukan dengan mengalikan nilai simbol pada matriks hubungan antara persyaratan pelanggan dengan persyaratan teknik, dengan bobot absolut pada prioritas persyaratan pelanggan. AILANI perlu memusatkan perhatian pada persyaratan abon jamur yang memiliki nilai bobot absolut dan relatif lebih tinggi. Berdasarkan hasil perhitungan tentang bobot relative persyaratan teknik yang terdapat pada Lampiran 13, maka bobot relatif setiap persyaratan teknik dapat dilihat pada Tabel 61.

Tabel 61. Bobot Relatif Setiap Persyaratan Teknik Abon Jamur AILANI

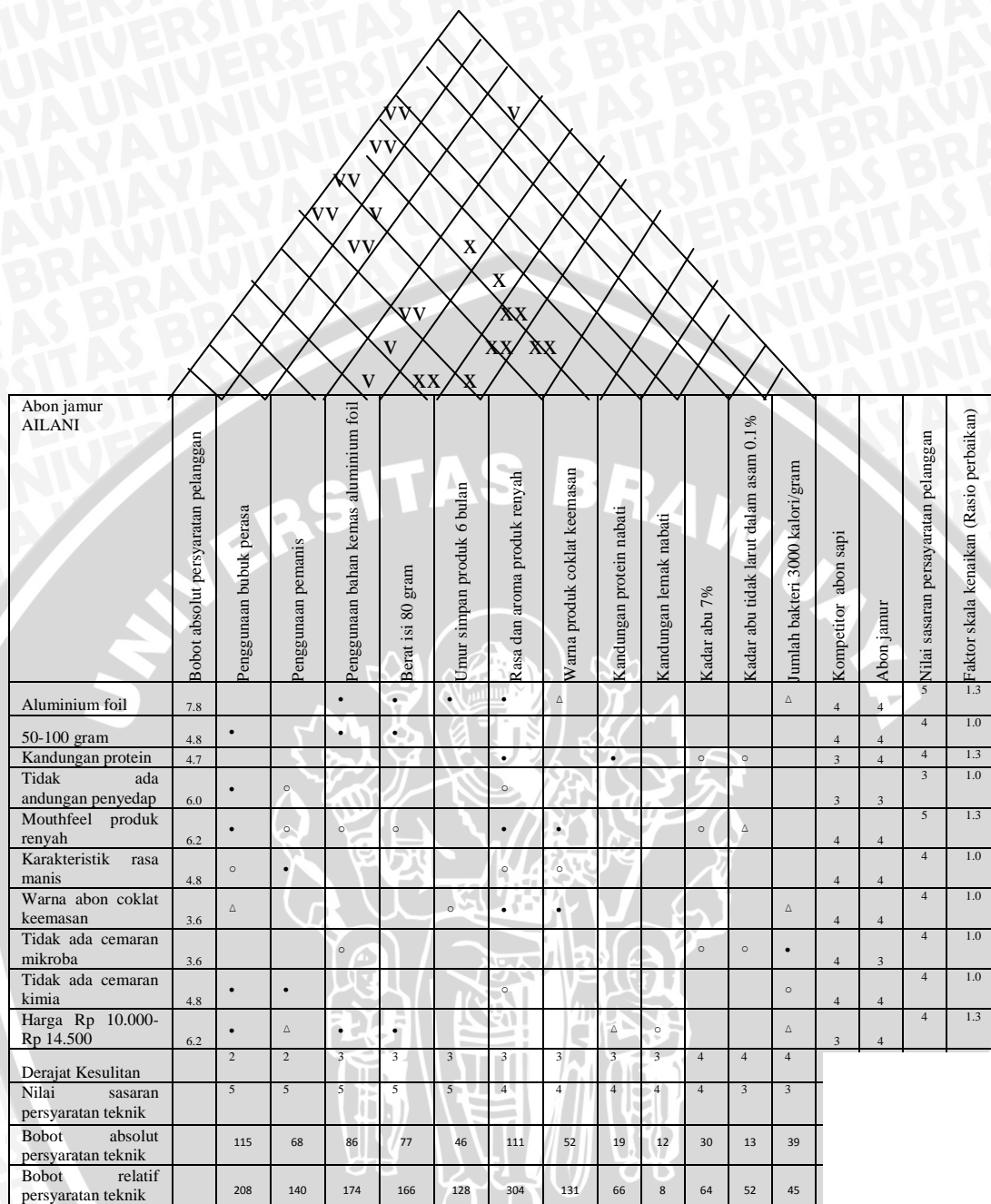
Persyaratan Teknik	Bobot Relatif	Persentase (%)	Prioritas
Penggunaan bubuk perasa	208	14.0	2
Penggunaan pemanis gula	140	9.4	5
Penggunaan bahan kemas aluminium foil	174	11.7	3
Berat isi 80 gram	166	11.2	4
Umur simpan 6 bulan	128	8.6	7
Rasa dan aroma renyah	304	20.4	1
Warna produk coklat keemasan	131	8.8	6
Memiliki kandungan protein nabati	66	4.4	8
Memiliki kandungan lemak nabati	8	0.5	12
Kadar abu 7%	64	4.3	9
Kadar abu tidak larut dalam asam 0.1%	52	3.5	10
Jumlah bakteri 3000 koloni/gram	45	3.0	11
TOTAL	1488	100	

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 61 urutan prioritas persyaratan teknik dalam pengembangan abon jamur berdasarkan bobot relatif dimulai dari persyaratan teknik yang memiliki bobot relative terbesar sampai dengan terkecil. Urutan prioritas persyaratan teknik dalam pengembangan abon jamur berdasarkan bobot relatif adalah sebagai berikut :

- a. Rasa dan aroma renyah
- b. Penggunaan bubuk perasa
- c. Penggunaan bahan kemas aluminium foil
- d. Berat isi 80 gram
- e. Penggunaan pemanis gula
- f. Warna produk coklat keemasan
- g. Umur simpan 6 bulan
- h. Memiliki kandungan protein nabati
- i. Kadar abu 7%
- j. Kadar abu tidak larut dalam asam 0.1%
- k. Jumlah bakteri 3000 koloni/gram
- l. Memiliki kandungan lemak nabati

Setelah dilakukan perhitungan terhadap pengembangan persyaratan pelanggan yang terdiri atas kepentingan bagi pelanggan, nilai sasaran persyaratan pelanggan, faktor skala kenaikan, poin penjualan, dan bobot absolut persyaratan pelanggan, serta perhitungan terhadap persyaratan teknik yang terdiri atas derajat kesulitan, nilai sasaran persyaratan teknik, bobot absolut persyaratan teknik dan bobot relatif persyaratan teknik, maka langkah selanjutnya membangun rumah kualitas (*House Of Quality*) yang hasil pondasinya diperoleh dari kegiatan pengembangan persyaratan pelanggan dan pengembangan persyaratan teknik. Rumah kualitas *House Of Quality* abon jamur AILANI dapat dilihat pada Gambar 8.



Keterangan :

- = Sebuah lingkaran penuh menunjukkan sebuah hubungan yang kuat, bernilai 5.
- = Sebuah lingkaran kosong menunjukkan sebuah hubungan medium, bernilai 3.
- Δ = Sebuah segitiga menunjukkan sebuah hubungan yang lemah, bernilai 1.
- √√ = Hubungan positif kuat, bernilai (+5)
- √ = Hubungan positif lemah, bernilai (+3)
- xx = Hubungan negatif lemah, bernilai (-3)
- x = Hubungan negatif kuat, bernilai (-5)

Kotak dibiarkan kosong bila tidak ada hubungan, bernilai 0

Gambar 8. House Of Quality Abon Jamur AILANI

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Gambar 8 dapat diketahui bahwa persyaratan teknis yang perlu diprioritaskan adalah rasa dan aroma produk yang renyah, penggunaan bubuk perasa, penggunaan bahan kemas aluminium foil, berat isi 50-100 gram, dan penggunaan pemanis gula.

Data hasil perhitungan kepentingan menunjukkan, prioritas persyaratan teknik yang perlu didahulukan untuk mencapai kepentingan pelanggan dengan nilai kepentingan terbesar yaitu bahan kemas aluminium foil dengan nilai 7.8 adalah rasa dan aroma produk yang renyah dengan nilai kepentingan teknik terbesar 111. Faktanya bahan kemas aluminium foil memiliki penilaian kepuasan pelanggan yang sama jika dibandingkan dengan produk kompetitor yaitu 4. Atribut kepentingan produk yang dianggap penting oleh pelanggan tidak perlu mengalami perbaikan kualitas, kecuali perusahaan belum mampu memuaskan pelanggan. Jika perusahaan sudah mampu memuaskan pelanggan tetapi tetap ingin melakukan perubahan terhadap atribut yang dianggap penting oleh pelanggan, maka sebaiknya perbaikan tersebut dilakukan sesuai dengan ketentuan perusahaan.

Persyaratan pelanggan yang perlu dievaluasi jika dikaitkan dengan tujuan perusahaan untuk menciptakan produk olahan makanan sehat adalah warna abon coklat keemasan, dan tidak ada cemaran mikroba dengan nilai 3.6. Hal ini dikarenakan produk abon jamur yang diciptakan merupakan produk olahan sehat, sehingga diperlukan adanya pengawasan dalam kegiatan produksi. Sedangkan prioritas teknik yang perlu didahulukan dalam menciptakan produk olahan makanan sehat adalah penggunaan bubuk perasa. Hal ini karena bubuk perasa pada dasarnya memiliki kandungan kimia, sehingga dapat mengurangi manfaat abon.

Abon jamur memiliki keunggulan pada atribut bahan kemas aluminium foil dan mouthfeel produk renyah. Hal ini ditunjukkan dengan penilaian pelanggan tertinggi dengan 5 dibandingkan dengan persyaratan pelanggan yang lain. Keunggulan tersebut dapat menjadi nilai tambah promosi perusahaan kepada pelanggan. Perusahaan dapat mengembangkan inovasi-inovasi produk dengan memperhatikan saran ataupun komentar dari pelanggan. Perbaikan-perbaikan atau

peningkatan kualitas atribut kepentingan pelanggan dapat dilakukan dengan memperhatikan saran dan komentar dari konsumen.

Setelah pembangunan rumah kualitas (*House Of Quality*) abon jamur AILANI. Langkah selanjutnya melakukan identifikasi terhadap atribut-atribut yang diperoleh dari persyaratan pelanggan dan persyaratan teknik. Kegiatan identifikasi tersebut terdiri atas identifikasi faktor internal dan faktor eksternal. Berikut kegiatan identifikasi terhadap faktor-faktor strategis perusahaan.

5.4. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Abon Jamur AILANI

Pelaksanaan pengembangan produk dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal. Faktor internal dan eksternal tersebut diperoleh dari persyaratan teknik dan persyaratan pelanggan yang hasilnya akan digolongkan kedalam kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

5.4.1. Identifikasi Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

Identifikasi faktor internal diperoleh dari persyaratan teknik yang terdapat pada *House Of Quality*. Faktor internal tersebut digunakan untuk menyusun matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*). Persyaratan teknik yang tergolong dalam faktor internal dapat dilihat pada Tabel 62.

Tabel 62. Kekuatan Dan Kelemahan Yang Dihadapi AILANI

Faktor Internal	Kekuatan	Kelemahan
Persyaratan Teknik	Penggunaan bubuk perasa	Umur simpan produk 6 bulan
	Berat isi 50-100 gram	Warna produk coklat keemasan
	Rasa dan aroma produk renyah	Kadar abu 7%
	Kandungan protein nabati	Kadar abu tidak larut dalam asam 0.1%
	Kandungan lemak nabati	Jumlah bakteri 3000 koloni/gram

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 62 diketahui bahwa atribut-atribut persyaratan teknik yang tergolong dalam kekuatan produk abon jamur AILANI antara lain penggunaan bubuk perasa, berat isi 50-100 gram, rasa dan aroma produk renyah, memiliki kandungan protein nabati, dan memiliki kandungan lemak nabati. Atribut-atribut tersebut digolongkan kedalam kekuatan oleh pemilik AILANI

dikarenakan belum adanya penggunaan bubuk perasa, berat isi 50-100 gram atau lebih tepatnya untuk produk abon jamur AILANI 80 gram, rasa dan aroma produk renyah, serta adanya kandungan protein dan lemak nabati pada produk abon kompetitor (abon sapi dan abon ikan).

Atribut-atribut persyaratan teknik yang tergolong dalam kelemahan produk abon jamur AILANI antara lain umur simpan produk 6 bulan, warna produk coklat keemasan, kadar abu 7%, kadar abu tidak larut dalam asam 0.1%, dan jumlah bakteri 3000 koloni/gram. Atribut-atribut tersebut digolongkan kedalam kekuatan oleh pemilik AILANI dikarenakan produk kompetitor (abon sapi dan abon ikan) juga memiliki masa umur simpan selama 6 bulan dan warna abon yang coklat keemasan. Sedangkan untuk kandungan kadar abu 7%, kadar abu tidak larut dalam asam 0.1%, dan jumlah bakteri 3000 koloni/gram dirasa AILANI tergolong dalam kelemahan karena AILANI harus melakukan uji laboratorium untuk mendapatkan pengakuan terhadap kandungan abon jamur.

5.4.2. Identifikasi Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)

Identifikasi faktor eksternal diperoleh dari persyaratan pelanggan yang terdapat *House Of Quality*. Faktor eksternal tersebut digunakan untuk menyusun matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*). Persyaratan teknik yang tergolong dalam faktor eksternal dapat dilihat pada Tabel 63.

Tabel 63. Peluang Dan Ancaman Yang Dihadapi AILANI

Faktor Eksternal	Peluang	Ancaman
Persyaratan pelanggan	Berat isi 50-100 gram	Bahan kemas aluminium foil
	Terdapat kandungan protein	Tidak terdapat kandungan penyedap
	Kesan di mulut (<i>mouthfeel</i>) renyah	Karakteristik rasa manis
	-	Warna abon coklat keemasan
	-	Tidak ada cemaran mikroba
	-	Tidak ada cemaran kimia
	-	Harga Rp 10.000-Rp 14.500

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 63 diketahui bahwa peluang produk abon jamur AILANI terdapat pada berat isi 50-100 gram, terdapat kandungan protein, dan

kesan di mulut renyah. Atribut-atribut tersebut digolongkan kedalam peluang oleh pemilik AILANI dikarenakan belum adanya penggunaan berat isi 50-100 gram atau lebih tepatnya untuk abon jamur AILANI 80 gram, terdapat kandungan protein nabati, kesan abon di mulut renyah pada produk kompetitor (abon sapi dan abon ikan).

Atribut-atribut persyaratan teknik yang tergolong dalam ancaman produk abon jamur AILANI antara lain bahan kemas aluminium foil, tidak terdapat kandungan penyedap, karakteristik rasa manis, warna abon coklat keemasan, tidak ada cemaran mikroba, tidak ada cemaran kimia, harga Rp 10.000-Rp 14.500. Atribut-atribut tersebut digolongkan kedalam ancaman oleh pemilik AILANI dikarenakan produk kompetitor (abon sapi dan abon ikan) juga memiliki atribut-atribut diatas, seperti penggunaan aluminium foil sebagai bahan kemas, tidak terdapat kandungan penyedap, karakteristik rasa manis, warna abon coklat keemasan, tidak ada cemaran mikroba dan kimia, serta harga Rp 10.000-Rp 14.500.

5.4.3. Tahap Masukan (*Input Stage*)

Tahap masukan terdiri dari matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*).

1. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Setelah melakukan identifikasi terhadap faktor-faktor internal, selanjutnya dibuat matriks IFE yang berisi kekuatan dan kelemahan perusahaan. Data diolah dengan membandingkan tingkat kepentingan relatifnya satu sama lain, sehingga diketahui nilai faktor yang berpengaruh terhadap perusahaan. Kemudian total faktor pada masing-masing variabel dibagi dengan nilai total keseluruhan faktor yang diidentifikasi, sehingga dihasilkan besar bobot yang diperlukan.

Berdasarkan identifikasi terhadap faktor-faktor internal, langkah selanjutnya adalah melakukan pembobotan. Pembobotan dilakukan dengan menggunakan matriks pasangan berganda (*paired comparison matrix*) untuk mendapatkan bobot dari masing-masing faktor internal. Setelah dilakukan penentuan bobot, pemilik juga memberikan peringkat (*rating*), sehingga diperoleh nilai tertimbang dari faktor-faktor strategis internal. Dengan memasukkan hasil identifikasi kekuatan dan kelemahan sebagai faktor internal strategis, kemudian

beri bobot dan peringkat pada masing-masing faktor internal seperti yang terdapat pada Lampiran 12. Hasil penilaian faktor internal dapat dilihat pada Tabel 64.

Tabel 64. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) Abon Jamur AILANI

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Peringkat	Nilai Tertimbang
Kekuatan (<i>Strenghts</i>)			
A. Penggunaan bubuk perasa	0.12	4	0.49
B. Berat isi	0.11	2	0.22
C. Rasa dan aroma produk	0.12	3	0.36
D. Kandungan protein nabati	0.12	3	0.36
E. Kandungan lemak nabati	0.12	3	0.36
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)			
F. Umur simpan produk	0.12	2	0.24
G. Warna produk	0.13	2	0.25
H. Kadar abu	0.05	3	0.16
I. Kadar abu tidak larut dalam asam	0.05	3	0.16
J. Jumlah bakteri	0.05	3	0.16
Total	1		2.76

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 64 diketahui nilai terbesar dari faktor internal yang merupakan kekuatan terbesar bagi produk AILANI adalah penggunaan bubuk perasa dengan nilai tertimbang 0.49. Faktor strategis internal yang merupakan kelemahan terbesar dari AILANI adalah warna produk dengan nilai tertimbang 0.25. Hasil analisis matriks IFE untuk kekuatan dan kelemahan diperoleh total nilai tertimbang berada pada rata-rata yaitu 2.76. Nilai terbesar yang diperoleh dari perhitungan bobot dikali rating menunjukkan kemampuan AILANI mengatasi kelemahan dengan menggunakan kekuatan berada pada posisi rata-rata.

2. Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)

Berdasarkan identifikasi terhadap faktor-faktor strategis eksternal kelompok tani Putera Alam, diperoleh peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang berpengaruh terhadap usaha sayuran organik. Faktor-faktor strategis eksternal diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik abon jamur AILANI. Setelah menentukan faktor-faktor strategis eksternal, dilakukan pembobotan dengan menggunakan matriks pasangan berganda (*paired comparison matrix*) untuk mendapatkan bobot dari masing-masing variabel

eksternal. Pemberian peringkat (*rating*) dilakukan oleh responden yang sama, sehingga diperoleh nilai tertimbang dari faktor-faktor strategis eksternal. Nilai tertimbang diperoleh dari hasil kali antara bobot dengan peringkat. Dengan memasukkan hasil identifikasi peluang dan ancaman sebagai faktor eksternal, kemudian beri bobot dan peringkat seperti yang terdapat pada Lampiran 13. Hasil penilaian faktor internal dapat dilihat pada Tabel 65.

Tabel 65. Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) Abon Jamur AILANI

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Peringkat	Nilai Tertimbang
Peluang (<i>Opportunities</i>)			
A. Berat isi 50-100 gram	0.10	2	0.20
B. Terdapat kandungan protein	0.10	2	0.19
C. Kesan di mulut (<i>mouthfeel</i>) renyah	0.11	3	0.33
Ancaman (<i>Threats</i>)			
D. Bahan kemasan aluminium foil	0.12	2	0.24
E. Tidak terdapat kandungan penyedap	0.11	3	0.33
F. Karakteristik rasa manis	0.10	3	0.30
G. Warna abon coklat keemasan	0.10	3	0.30
H. Tidak ada cemaran mikroba	0.10	3	0.30
I. Tidak ada cemaran kimia	0.10	2	0.20
J. Harga Rp 10.000-Rp 14.500	0.06	2	0.12
Total	1		2.52

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 65 diketahui nilai terbesar dari faktor eksternal yang merupakan peluang terbesar bagi produk AILANI adalah kesan renyah abon dengan nilai tertimbang 0.33. Faktor strategis internal yang merupakan ancaman terbesar dari AILANI adalah tidak terdapat kandungan penyedap dengan nilai tertimbang 0.33. Hasil analisis matriks IFE untuk kekuatan dan kelemahan diperoleh total nilai tertimbang berada pada rata-rata yaitu 2.52. Nilai terbesar yang diperoleh dari perhitungan bobot dikali rating menunjukkan kemampuan AILANI dalam merespon peluang dan mengatasi ancaman berada di posisi rata-rata.

Setelah dilakukan perhitungan bobot terhadap masing-masing faktor internal dan eksternal untuk mengetahui posisi produk abon jamur AILANI. Langkah selanjutnya adalah menentukan strategi untuk pengembangan produk

abon jamur selanjutnya dengan menggunakan matriks SWOT yang kemudian dilanjutkan dengan menentukan posisi produk abon jamur dengan menggunakan matrik IE.

5.4.4. Tahap Pencocokan (*Matching Stage*)

Tahap pencocokan merupakan tahap kedua dalam proses perumusan strategi, berfungsi untuk memadukan kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada perusahaan dengan peluang dan ancaman. Alat analisis yang digunakan adalah Matriks SWOT (*Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats*) dan Matriks IE (*Internal-External*), untuk menghasilkan alternatif strategi bagi perusahaan.

1. Matriks SWOT (*Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats Matrix*)

Tujuan matriks SWOT bertujuan untuk menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Tidak semua strategi yang dikembangkan dalam matriks SWOT akan dipilih untuk implementasi. Matriks SWOT Abon Jamur AILANI dapat dilihat pada Tabel 66.

Tabel 66. Matriks SWOT Abon Jamur AILANI

Faktor Internal	Kekuatan (Strengths-S)	Kelemahan (Weaknesses-W)
Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan bubuk perasa 2. Berat isi 50-100 gram 3. Rasa dan aroma produk renyah 4. Kandungan protein nabati 5. Kandungan lemak nabati 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Umur simpan produk 2. Warna produk 3. Kadar abu 4. Kadar abu tidak larut dalam asam 5. Jumlah bakteri.
	Peluang (Opportunities-O)	Strategi S-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Berat isi 50-100 gram 2. Terdapat kandungan protein 3. Kesan di mulut renyah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan bahan baku tambahan yang memiliki kandungan protein dan lemak nabati (S_{3,4,5} dan O_{2,3}) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan kemasan yang kedap udara (zip lock) (W_{1,2,3,4,5} dan O_{1,2})
Ancaman (Threats-T)	Strategi S-T	Strategi T-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan kemas aluminium foil 2. Tidak terdapat kandungan penyedap 3. Karakteristik rasa manis 4. Warna abon coklat keemasan 5. Tidak ada cemaran mikroba 6. Tidak ada cemaran kimia 7. Harga Rp 10.000-Rp 14.500 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan bahan baku yang telah diakui kualitasnya oleh badan pengawas obat dan makanan (S_{1,3,4,5} dan T_{2,3,4,5,6,7}) 2. Memproduksi abon jamur dalam berbagai ukuran (S₁ dan T_{1,7}) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menetapkan tekstur abon jamur (W_{1,2} dan T_{1,4,7})

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 66 diketahui strategi-strategi yang diperoleh dari memadukan kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada perusahaan dengan peluang dan ancaman antara lain :

a. Strategi S-O (*Strenghts-Opportunities*)

Strategi S-O yang dapat digunakan adalah menggunakan bahan baku tambahan yang memiliki kandungan protein dan lemak nabati. Penggunaan bahan baku tambahan tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan umbi-umbian (singkong) dan kacang-kacangan (kacang kedelai atau kacang tanah). Umbi dan Kacang memiliki kandungan protein dan lemak nabati, sehingga penggunaan kacang dan kentang pada produk abon jamur tidak mengurangi manfaat yang terdapat pada abon jamur.

b. Strategi W-O (*Weakness-Opportunities*)

Strategi W-O yang dapat dilakukan adalah pemilihan bahan kemas. Penggunaan bahan kemas, mempengaruhi kualitas produk. Hal ini dikarenakan dengan kemasan yang tepat, maka umur simpan abon menjadi lebih lama. Selain masa simpan, penggunaan bahan kemas akan berdampak pada tekstur serta rasa dan aroma abon jamur. Agar kualitas abon jamur tetap terjaga, maka kemasan abon dengan tutup zip lock dapat digunakan untuk produksi selanjutnya. Sistem kerja kemasan zip lock lebih aman jika dibandingkan dengan kemasan yang di press, karena kemasan zip lock dapat dengan mudah ditutup kembali.

c. Strategi S-T (*Strengths-Threats*)

Strategi S-T yang dapat dilakukan adalah menggunakan bahan baku berkualitas. Penggunaan bahan baku berkualitas, akan menghasilkan produk abon yang baik. Pemilihan bahan baku berkualitas dapat dilakukan dengan menggunakan bahan baku yang telah mendapatkan ijin dari badan pengawas obat dan makanan. Hal ini dikarenakan semakin baik kualitas, maka tidak terjadi kemungkinan harga juga dapat ditingkatkan. Strategi lain yang dapat dilakukan adalah dengan memproduksi abon jamur dalam berbagai ukuran. Hal ini dikarenakan belum adanya produsen yang memikirkan untuk menyediakan abon dalam berbagai kemasan.

d. Strategi W-T (*Weakness-Threats*)

Strategi W-T yang dapat dilakukan adalah menetapkan standar tekstur abon jamur. Menetapkan tekstur abon dapat dilakukan dengan menghasilkan produk yang kering dan renyah, namun tidak hangus. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan mesin pemasak timer. Sehingga lama proses pemasakan terkontrol dengan baik.

2. Matriks IE (*Internal-External Matrix*)

Kegunaan dari matriks IE adalah untuk mengetahui posisi produk AILANI saat ini. Pemetaan posisi AILANI sangat penting dalam pemilihan strategi yang ditetapkan. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya, total nilai tertimbang pada matriks IFE adalah 2.76 yang artinya faktor internal berada pada posisi rata-rata, sedangkan total nilai tertimbang pada matriks EFE adalah 2.52 yang artinya respon AILANI terhadap faktor-faktor eksternal berada pada posisi rata-rata. Total nilai tertimbang pada matriks IFE dan EFE tersebut kemudian ditetapkan pada matriks IE.

Apabila masing-masing total nilai tertimbang dari IFE dan EFE dipetakan dalam matriks IE, maka posisi AILANI saat ini berada pada kotak di kuadran V yang menggambarkan bahwa AILANI kondisi internal dan respon usaha terhadap faktor-faktor eksternal yang dihadapi berada pada posisi rata-rata. Inti strategi yang dapat diterapkan AILANI adalah strategi tumbuh dan kembang (*Growth and Build*). Salah satu strategi terbaik yang cocok adalah pengembangan produk. Upaya pengembangan produk berdasarkan atas kriteria persyaratan pelanggan yang terdapat pada analisis *house of quality* dengan kemampuan perusahaan yang terdapat pada persyaratan teknik, sehingga perusahaan mampu mewujudkan produk sesuai dengan keinginan pelanggan. Matriks *Internal-Eksternal* (IE) Abon Jamur AILANI dapat dilihat pada Tabel 67.

Tabel 67. Matriks Internal-Eksternal Abon Jamur AILANI

Total nilai IFE yang diberi bobot

	Kuat 3.0-4.0	Rata-rata 2.0-2.99	Lemah 1.0-1.99
4.0 Tinggi 3.0-4.0	3.0 I	2.76 II	2.0 III
3.0 Menengah 2.0-3.99 _{2.52}	IV	V	VI
2.0 Rendah 1.0-1.99	VII	VIII	IX
1.0			

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Setelah menentukan strategi pengembangan produk untuk abon jamur dan mengetahui posisi produk abon jamur. Langkah selanjutnya adalah memilih salah satu strategi terbaik berdasarkan nilai daya tarik terbesar dengan menggunakan matrik QSPM.

5.4.5. Tahap Keputusan (*Decision Stage*)

Tahap keputusan atau tahap pemilihan strategi merupakan tahap ketiga dari proses manajemen strategi. Tahap tersebut dilakukan setelah memperoleh beberapa alternatif strategi melalui matriks SWOT dan IE. Alat analisis yang digunakan pada tahap keputusan strategi adalah QSPM atau *Quantitative Strategic Planning Matrix*.

QSPM digunakan untuk mengevaluasi pilihan strategi alternatif yang dirancang untuk menentukan daya tarik relatif dan alternative tindakan yang sesuai dengan perusahaan berdasarkan hasil analisis pada tahap pertama (*The Input Stage*) dan kedua (*The Matching Stage*). QSPM juga digunakan sebagai rekomendasi strategi yang harus dijalankan bagi keberlangsungan AILANI pada masa yang akan datang.

Penentuan nilai daya tarik (AS) terhadap alternatif-alternatif strategi pengembangan usaha dilakukan oleh satu orang responden yang memiliki kapasitas dalam penentuan strategi AILANI yaitu pemilik abon jamur AILANI.

Alternatif-alternatif dari matriks SWOT kemudian diperingkatkan berdasarkan nilai daya tariknya terhadap faktor-faktor strategi perusahaan. Strategi yang dipilih merupakan total nilai daya tarik (*Total Attractive Score -TAS*) terbesar yang merupakan strategi paling sesuai untuk diimplementasikan oleh AILANI. Semakin tinggi nilai TAS, menunjukkan strategi ini semakin menarik dengan mempertimbangkan semua faktor eksternal dan internal yang dapat mempengaruhi kebutuhan strategi. Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (*Quantitative Strategic Planning Matrix-QSPM*) dapat dilihat pada Tabel 68.

Tabel 68. Matrik QSPM Abon Jamur AILANI

Faktor Kunci	Bobot	Alternatif Strategi									
		Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		Strategi 4		Strategi 5	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Faktor Internal											
Kekuatan (Strengths)											
A. Penggunaan bubuk perasa	0.12	2	0.24	2	0.24	2	0.24	1	0.12	1	0.12
B. Berat isi	0.11	1	0.11	3	0.33	1	0.11	3	0.33	2	0.22
C. Rasa dan aroma produk	0.12	3	0.36	3	0.36	3	0.36	3	0.36	3	0.36
D. Kandungan protein	0.12	4	0.48	2	0.24	2	0.24	1	0.12	3	0.36
E. Kandungan lemak	0.12	4	0.48	2	0.24	2	0.24	1	0.12	2	0.24
Kelemahan (Weaknesses)											
F. Umur simpan produk	0.12	1	0.12	4	0.48	2	0.24	2	0.24	3	0.36
G. Warna produk	0.13	2	0.26	3	0.39	3	0.39	1	0.13	3	0.39
H. Kadar abu	0.05	2	0.1	3	0.15	2	0.1	1	0.05	2	0.1
I. Kadar abu tidak larut dalam asam	0.05	2	0.1	3	0.15	2	0.1	1	0.05	2	0.1
J. Jumlah bakteri	0.05	2	0.33	3	0.15	2	0.1	1	0.05	1	0.05
	1										
Faktor Eksternal											
Peluang (Opportunities)											
A. Berat isi 50-100 gram	0.10	3	0.3	3	0.3	2	0.2	3	0.3	1	0.1
B. Terdapat kandungan protein	0.10	4	0.4	1	0.1	3	0.3	2	0.2	2	0.2
C. Kesan di mulut (<i>mouthfeel</i>) renyah	0.11	1	0.11	3	0.33	3	0.33	2	0.22	3	0.33
Ancaman (Threats)											
D. Bahan kemasan aluminium foil	0.12	1	0.12	4	0.48	3	0.36	3	0.36	1	0.12
E. Tidak terdapat kandungan penyedap	0.11	2	0.22	1	0.11	2	0.22	2	0.22	1	0.11
F. Karakteristik rasa manis	0.10	2	0.2	2	0.2	2	0.2	3	0.3	2	0.2
G. Warna abon coklat keemasan	0.10	2	0.2	2	0.2	3	0.3	3	0.3	2	0.2
H. Tidak ada cemaran mikroba	0.10	3	0.3	1	0.1	2	0.2	1	0.1	2	0.2
I. Tidak ada cemaran kimia	0.10	3	0.3	1	0.1	2	0.2	1	0.1	2	0.2
J. Harga Rp 10.000-Rp 14.500	0.06	4	0.24	3	0.18	3	0.18	4	0.24	2	0.12
	1										
Total Nilai Daya Tarik			4.97		4.83		4.61		3.91		4.08

Sumber : Data Primer Diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 68 diperoleh prioritas strategi yang dapat dijalankan perusahaan abon jamur AILANI. Urutan prioritas strategi AILANI hasil analisis QSPM berdasarkan total TAS tertinggi sampai terendah adalah sebagai berikut :

1. Menggunakan bahan baku tambahan yang memiliki kandungan protein dan lemak nabati seperti bahan makanan umbi-umbian (singkong) dan kacang-kacangan (kacang kedelai dan kacang tanah) (TAS : 4.97)
2. Pemilihan bahan kemas (TAS : 4.83)
3. Menggunakan bahan baku berkualitas (TAS : 4.61)
4. Menetapkan tekstur abon jamur (TAS : 4.08)
5. Memproduksi abon jamur dalam berbagai ukuran (TAS : 3.91)

Pengelolaan QSPM yang menghasilkan strategi prioritas untuk diterapkan pada AILANI adalah menggunakan bahan pangan yang memiliki kandungan protein dan lemak nabati seperti bahan makanan umbi-umbian (singkong) dan kacang-kacangan (kacang kedelai dan kacang tanah). Hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar manfaat abon jamur menjadi maksimal dengan adanya penambahan bahan baku pangan. Strategi ini dapat dilakukan AILANI untuk melakukan perkembangan produk abon jamur dimasa yang akan datang.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Persyaratan teknik yang perlu diprioritaskan dalam perumusan upaya perusahaan dalam memenuhi keinginan pelanggan pada produk abon jamur adalah rasa dan aroma produk yang renyah, penggunaan bubuk perasa, penggunaan bahan kemas aluminium foil, berat isi 50-100 gram, dan penggunaan pemanis gula. Prioritas teknik yang perlu didahulukan untuk mencapai kriteria persyaratan pelanggan adalah rasa dan aroma produk yang renyah.
2. Atribut persyaratan teknik yang digolongkan kedalam faktor internal antara lain penggunaan bubuk perasa, penggunaan pemanis gula, bahan kemas aluminium foil, berat isi 80 gram, umur simpan produk 6 bulan, rasa dan aroma renyah, warna produk coklat keemasan, memiliki kandungan protein dan lemak nabati, kadar abu 7%, kadar abu tidak larut dalam asam 0.1%, dan jumlah bakteri 3000 koloni/gram. Atribut persyaratan pelanggan yang digolongkan kedalam faktor eksternal antara lain bahan kemas aluminium foil, berat isi 50-100 gram, tidak terdapat kandungan penyedap, kesan dimulut renyah, rasa dan aroma manis, warna coklat keemasan, tidak ada cemaran mikroba, tidak ada cemaran kimia, harga Rp 10.000-Rp 14.500.
3. Analisis matriks IE, SWOT dan QSPM diketahui perusahaan abon jamur AILANI berada pada posisi kuadran V, sehingga strategi *growth and build* (tumbuh dan kembang) dapat digunakan posisi tersebut. Rekomendasi strategi yang diberikan kepada perusahaan abon jamur adalah melakukan pengembangan produk dengan cara menggunakan bahan pangan yang memiliki kandungan protein dan lemak nabati seperti bahan makanan umbi-umbian (singkong) dan kacang-kacangan (kacang kedelai dan kacang tanah) dengan total daya tarik 4.97 (Total Attractive Strategy : 4.97).

6.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil analisis data yang telah dilakukan maka diajukan beberapa saran yaitu sebagai berikut :

1. AILANI berpedoman pada keinginan pelanggan dengan menyesuaikan kemampuan perusahaan agar produk yang dihasilkan dapat sesuai dengan keinginan pelanggan. Hal ini terkait dengan visi perusahaan yakni menjadikan produk abon jamur sebagai produk yang selalu diinginkan masyarakat.
2. AILANI perlu melakukan pengembangan produk mengingat posisi produk abon jamur berada di tingkat rata-rata. Pengembangan produk tersebut dapat dilakukan dengan menambah bahan baku yang memiliki kandungan protein dan lemak nabati. Hal ini terkait dengan produk abon jamur yang memiliki kandungan protein dan lemak nabati, sehingga kandungan pada abon jamur membawa dampak yang baik bagi tubuh manusia.



DAFTAR PUSTAKA

- Armawi. 2009. *Pengaruh Tingkat Kemasakan Buah Kelapa Dan Konsentrasi Air Kelapa Pada Media Tanam Terhadap Pertumbuhan Jamur Tiram Putih (Pleurotus ostreatus)*. Malang : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, (Online), (<http://lib.uin-malang.ac.id/files/thesis/fullchapter/05520007.pdf>, diakses pada tanggal 18 Mei 2013)
- Chazali *et al.* 2009. *Usaha Jamur Tiram Skala Rumah Tangga*. Penebar Swadaya : Depok.
- Fachruddin, Lisdiana. 1997. *Membuat Aneka Abon*. Kanisius : Yogyakarta.
- Gitosudarmono, Indriyo. 2001. *Manajemen Strategi*. BPFE-Yogyakarta : Yogyakarta.
- Gunawan, A. W. 2005. *Usaha Pembibitan Jamur*. Penebar Swadaya : Depok.
- Heizer, *et al.* 2009. *Manajemen Operasi. Buku 1. Edisi 9*. Salemba Empat : Jakarta.
- Pusporini, *et al.* 2007. *Perancangan Perancangan Strategi Pemasaran Berbasis Integrasi QFD Dan SWOT Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan*. Universitas Muhammadiyah : Gresik, (Online), (<http://jurnalwidyatech.files.wordpress.com/2012/02/ni-nyoman-resmi.pdf>, diakses pada tanggal 12 Mei 2013)
- Rangkuti, F. 1997. *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis, Cetakan Keempat Belas*. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Rahmatika, I. N. 2008. *Penerapan Quality Function Deployment (QFD) Untuk Mengetahui Tingkat Kepuasan Konsumen Produk Biskuit Di Pt. Arnott's Indonesia*. Institut Pertanian Bogor : Bogor, (Online), (http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/13401/F08inr_abstract.pdf?sequence=1, diakses pada tanggal 18 Mei 2013)
- Rahmat, *et al.* 2011. *Untung Besar Dari Bisnis Jamur Tiram*. Agromedia : Ciganjur.
- Soekartawi. 1996. *Panduan Membuat Usulan Proyek Pertanian dan Perdesaan*. Andi offset : Yogyakarta.
- Sriwahyuni, Weni. 2006. *Analisis Diversifikasi Produk Minuman Pada Cv Fauzi Kabupaten Bekasi Propinsi Jawa Barat (Menggunakan Metode Quality Function Deployment)*. Institut Pertanian Bogor : Bogor. (Online),

(http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/1408/A06wsr_abstract.pdf?sequence=1, diakses pada tanggal 18 Mei 2013)

Umar, H. 2001. *Metodologi Penelitian: Aplikasi dalam Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.

Widodo, Imam Djati. 2004. *Perencanaan Dan Pengembangan Produk*. UII Press : Yogyakarta.

Wirakusumah, Emma Pandi. 2010. *Sehat Cara Al Qur'an dan Hadis. Cetakan I*. PT. Mizan Publika : Jakarta.

