

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Negara-negara di ASIA Tenggara akan menemui babak baru yaitu diterapkannya *ASEAN Economic Community* atau Masyarakat Ekonomi ASEAN. Tahun 2015, ekonomi negara-negara di ASEAN akan diintegrasikan. *Asean Economic Community* (AEC) merupakan kesepakatan yang dibangun oleh sepuluh negara anggota ASEAN terutama di bidang ekonomi yang akan membuka luas pasar arus ekspor-import barang dan jasa ataupun investasi antarnegara ASEAN dimana permasalahan tarif dan non tarif sudah tidak diberlakukan kembali. Dengan diberikannya kemudahan untuk bertransaksi antar negara di Asia Tenggara, diyakini dapat menjadi peluang ataupun tantangan bagi perekonomian masyarakat Indonesia.

Kesiapan dari para pelaku industri sangat diperlukan supaya Indonesia tidak menjadi pasar bagi produk-produk dari negara anggota ASEAN lainnya dan dapat terus memajukan usahanya serta dapat bersaing dengan pengusaha lain tidak hanya pengusaha dari negara sendiri tetapi juga dari negara asing. Persiapan diri dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas produk, kalangan Usaha Kecil dan menengah perlu mengetahui seluk beluk dan mempelajari kondisi pasar yang ada di negara-negara ASEAN. Ketahanan dan daya saing UKM di Indonesia menjadi poin penting yang harus diprioritaskan dalam pelaksanaan *Asean Economic Community* 2015. Keadaan tersebut karena UKM selama ini menjadi tulang punggung yang banyak membantu penyerapan tenaga kerja, mengurangi pengangguran dan kemiskinan serta meningkatkan pendapatan domestik Negara (Tambunan, 2002).

UKM sebagai salah satu sektor industri yang banyak dan mampu menambah pendapatan negara dengan jumlah yang tinggi diharapkan dapat terus mempertahankan kualitas dan nilai positif yang ada didalam usaha. Kementerian koperasi dan UKM mencatat bahwa hampir sebagian besar dari presentase total pendapatan dan usaha diseluruh tanah air Indonesia adalah UKM yang mencapai jumlah 56 juta usaha kecil dan menengah pada tahun 2013. Jumlah tersebut mampu

menyerap tenaga kerja 107 juta jiwa atau 97,16 persen dari total keseluruhan tenaga kerja yang terdapat di Negara Indonesia (Umar, 2008).

Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur mendominasi pola penyebaran UKM. Sekitar 60% konsentrasi UKM di Pulau Jawa. Pulau Sumatera yang memiliki luas dan sumber daya alam melimpah hanya terdapat sekitar 15% dari total UKM di Indonesia. Begitu juga Pulau Kalimantan dan Sulawesi yang masing-masing hanya dibawah 10%. Tingginya unit UKM di pulau jawa sejalan dengan pertumbuhan ekonomi di pulau Jawa yang juga tinggi. Di Jawa Timur pada tahun 2010 UKM menyumbang 53,8% dari total PDRB Jawa timur (tabel 1).

Tabel 1. Rasio PDRB UKM Jawa Timur Terhadap Total PDRB Jawa Timur Menurut Lapangan Usaha Pada Tahun 2010 (Milyar Rp)

No	Sektor	Total PDRB	PDRB Sektor UKM	Proporsi
1	Pertanian, Peternakan, Kehutanan dan Perikanan	122.639,7	109.671,60	89,44
2	Peratambangan dan Penggalian	17.030,74	10.532,88	61,79
3	Industri Pengolahan	214.024,73	63.266,55	29,56
4	Listrik dan Air Bersih	11.768,64	52,21	0,44
5	Konstruksi	34.993,98	14.280,08	40,81
6	Perdagangan Hotel dan Restorant	229.404,87	152.521,08	66,49
7	Pengangkutan dan Komunikasi	42.947,76	15.868,42	36,95
8	Keuangan Persewaan Jasa Perusahaan	38.005,17	14.552,78	38,16
9	Jasa-Jasa	67.605,91	14.522,78	56,60
	Total PDRB	778.455,77	418.969,37	53,82

Sumber: BPS Jawa Timur 2011, diolah

Tabel 1 menggambarkan industri pengolahan dari sektor UKM hanya memiliki sumbangsih sebesar 29,56% dari total PDRB oleh karena itu peningkatan daya saing khususnya pada sektor industri pengolahan harus dilakukan dengan melakukan pengendalian kualitas industri pengolahan dalam menghadapi AEC 2015. Hal ini dikarenakan pemerintah telah memprioritaskan sembilan sektor industri untuk dikembangkan dalam rangka mengisi pasar ASEAN dan salah satunya adalah sektor industri pengolahan makanan dan minuman. Menurut Franky, Wakil Sekertaris Umum Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo) dalam majalah industri 2013 Indonesia masih percaya pada sektor pengolahan makanan dan minuman karena menguasai pasar yang besar, namun tanpa peningkatan daya saing

bisa saja penetrasi pasar terancam oleh industri makanan dan minuman Negara ASEAN lainnya.

Menurut FAO (2007) tingkat konsumsi kentang di dunia menempati urutan keempat setelah beras, gandum dan jagung. Di Indonesia, kentang (*Solanum tubersum* L) juga merupakan salah satu jenis sayuran yang mendapat prioritas untuk dikembangkan, melihat peluang dari tingkat konsumsi kentang dan potensi produksi kentang maka dirasa perlu untuk meningkatkan nilai guna dari kentang dengan melakukan proses pengolahan. Keripik kentang adalah salah produk makanan olahan kentang yang memiliki cita rasa menggugah selera makan, jenis makanan ringan ini telah dikenal umum oleh masyarakat sebagai satu jenis makanan ringan utama dipasar *snack*. Di Indonesia, makanan ringan keripik kentang ini juga merupakan salah satu makanan yang memiliki potensi dalam pengembangan di UKM khususnya di Kota Batu.

Saat ini di Kota Batu terdapat 21 UKM yang memproduksi kentang menjadi keripik kentang dengan penjualan 85.200 kg/tahun (Desperindag, 2008). Pengembangan usaha keripik kentang dipilih karena kentang merupakan salah satu komoditas pertanian yang banyak dibudidayakan di Kota Batu, hal ini terlihat dari produksi kentang mencapai 73,3 ton pada tahun 2012 dan meningkat menjadi 76,2 ton tahun 2013. (Dinas Pertanian, 2013). Kemudahan untuk mendapatkan bahan baku kentang ini membuat tingginya jumlah UKM yang menghasilkan produk kentang berbagai merek di kota Batu sehingga menimbulkan persaingan yang cukup berat dan kompetitif, hal inilah yang menuntut para pengusaha UKM untuk memiliki strategi agar usaha yang dimilikinya berhasil, memperoleh laba dan dapat terus bertahan serta tumbuh dan berkembang. Namun hal ini tidak akan dapat dicapai jika perusahaan tidak meningkatkan kualitas produk dan memuaskan pelanggan. Kualitas mutu produk merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk, selain biaya produksi dan ketepatan waktu produksi. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut agar mampu menciptakan produk dengan spesifikasi mutu yang terbaik agar kepuasan pelanggan dapat terpenuhi.

Untuk menjamin kualitas suatu produk, perusahaan akan berusaha melakukan kegiatan Pengendalian Kualitas atau *Quality Control* (QC) terhadap

komponen bahan dasar produk, proses produksi maupun produk akhir. Pelaksanaan pengendalian kualitas tersebut berkaitan dengan standar kualitas yang ditentukan perusahaan. Pengendalian Kualitas berusaha untuk menekan jumlah produk rusak, menjaga agar produk akhir yang dihasilkan sesuai dengan standar kualitas suatu perusahaan dan menghindari adanya produk cacat ke tangan konsumen. Maka untuk menjaga kualitas produk yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan perusahaan, perusahaan perlu melaksanakan pengendalian dan pengawasan secara intensif dan terus menerus baik pada kualitas bahan baku, proses produksi maupun produk akhir.

UKM Agronas Gizi Food merupakan salah satu UKM yang memproduksi keripik kentang sejak tahun 2002. Kapasitas produksi keripik kentang rata-rata 200-300kg/bulan pada musim hujan dan 400-500kg/bulan kentang mentah pada musim kemarau. Selisih antara jumlah kapasitas produksi pada musim hujan dan kemarau dikarenakan proses pengeringan kentang yang bergantung pada sinar matahari, ketergantungan pada cuaca ini merupakan salah satu permasalahan yang dihadapi Agronas Gizi Food untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Selain itu permasalahan lain adalah banyaknya produk rusak (C dan remahan) berdasarkan ukuran yang telah ditetapkan oleh perusahaan (5-7,5 cm).

Untuk mengurangi permasalahan ini perlu dilakukan pengendalian kualitas. Pengendalian kualitas dan peningkatan kualitas juga perlu dilakukan karena ditemukan ketidaksesuaian antara produk yang dihasilkan dengan yang diharapkan, dimana kualitas produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan standar ukuran yang ditetapkan. Hal tersebut disebabkan adanya penyimpangan-penyimpangan dari berbagai faktor, baik yang berasal dari kualitas bahan baku, tenaga kerja maupun kinerja dari fasilitas-fasilitas mesin yang belum digunakan dalam proses produksi tersebut. Agar produk yang dihasilkan tersebut mempunyai kualitas sesuai dengan standar yang ditetapkan perusahaan dan sesuai dengan harapan konsumen, juga tidak memiliki selisih produksi yang signifikan maka perusahaan harus melakukan kegiatan yang berdampak pada kualitas yang dihasilkan dan menghindari banyaknya produk yang rusak atau tidak sesuai standar.

Persaingan pasar yang semakin ketat tidak hanya menuntut produk keripik kentang berkualitas namun juga harus memenuhi harapan dan kebutuhan

pelanggan. (Tjiptono et al., 2001). Hal inilah merupakan alasan utama perlunya dilakukan riset penelitian pengendalian kualitas dalam upaya pemenuhan kebutuhan pelanggan akan produk keripik kentang.

Penelitian–penelitian tentang pengendalian kualitas mutu selama ini banyak mengupas dari berbagai sisi. Faiz Al Fakri (2010) melakukan penelitian mengenai upaya mengendalikan tingkat kerusakan produk dengan alat bantu statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadinya penyimpangan mutu disebabkan oleh kesalahan-kesalahan pada proses pembuatannya, yaitu material, teknik pembuatan, dan faktor pekerja Sementara itu Djumarti et al, (2010) membahas tentang “Aplikasi Metode *Quality Function Development* (QFD) untuk Peningkatan Kualitas Produk Mie Jagung” dimana penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi harapan atau keinginan konsumen dan strategi pengembangan mie jagung.

Pada umumnya penelitian terdahulu dilakukan atas dasar untuk mengetahui faktor apakah yang mempengaruhi terjadinya penyimpangan dalam proses pengendalian kualitas mutu dalam suatu perusahaan, dan mengetahui harapan konsumen untuk pengembangan produk yang ditawarkan perusahaan secara terpisah. Penelitian ini merupakan studi kasus pengendalian kualitas di salah satu UKM Batu, yaitu Agronas Gizi Food. Berbeda dengan studi sebelumnya, penelitian bertujuan menganalisis batas kendali kerusakan produksi produk keripik kentang, faktor yang mempengaruhi kualitas produk keripik kentang dari dalam perusahaan dan mengidentifikasi harapan pelanggan terhadap produk keripik kentang. Studi ini menggunakan metode analisa *Statistical Quality Control* (SQC) dan *Quality Function Deployment*. Dalam metode SQC peneliti berfokus pada alat analisis *check sheet*, *p chart* dan diagram sebab akibat untuk mengetahui batas kendali kerusakan dan faktor penyebab kerusakan produk keripik kentang. Sedangkan dalam metode QFD peneliti menggunakan alat analisis HOQ (*House Of Quality*) tahap pertama untuk mengetahui harapan dan tanggapan terhadap produk keripik kentang. Obyek penelitian yaitu perusahaan berbasis agribisnis yang memproduksi olahan keripik kentang. Dengan menggabungkan analisis proses pengendalian kualitas dari dalam perusahaan dan mengetahui harapan pelanggan terhadap produk keripik kentang diharapkan penelitian ini nantinya akan membantu UKM Agronas

Gizi Food untuk meningkatkan kualitas produk dan juga dapat memenuhi harapan pelanggan. Karena pada dasarnya tujuan sebuah perusahaan adalah mencapai kepuasan pelanggan dengan kualitas mutu yang tinggi sehingga dapat meningkatkan laba bagi usaha yang dilakukan.

1.2 Rumusan Masalah

Pada dasarnya tujuan utama dari suatu perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang optimal sesuai dengan pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang. Hal ini menyebabkan perusahaan harus dapat mempertahankan kualitas produk yang dihasilkannya atau bahkan lebih baik lagi. Menghasilkan kualitas yang terbaik diperlukan upaya perbaikan yang berkesinambungan (*continuous improvement*) terhadap kemampuan produk, manusia, proses dan lingkungan (Hatani, 2007).

Salah satu aktifitas dalam menciptakan kualitas agar sesuai standar adalah dengan menerapkan sistem pengendalian kualitas yang tepat, mempunyai tujuan dan tahapan yang jelas, serta memberikan inovasi dalam melakukan pencegahan dan penyelesaian masalah-masalah yang dihadapi perusahaan. Kegiatan pengendalian kualitas dapat membantu perusahaan mempertahankan dan meningkatkan kualitas produknya dengan melakukan pengendalian terhadap tingkat kerusakan produk (*product defect*) sampai pada tingkat kerusakan nol (*zero defect*). Pengendalian kualitas penting untuk dilakukan oleh perusahaan agar produk yang dihasilkan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan perusahaan maupun standar yang telah ditetapkan oleh badan lokal dan internasional yang mengelola tentang standarisasi mutu atau kualitas, dan tentunya sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Pengendalian kualitas yang dilaksanakan dengan baik akan memberikan dampak terhadap kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Standar kualitas meliputi bahan baku, proses produksi dan produk jadi (Nasution, 2005). Oleh karenanya, kegiatan pengendalian kualitas tersebut dapat dilakukan mulai dari bahan baku, selama proses produksi berlangsung sampai pada produk akhir dan disesuaikan dengan standar yang ditetapkan.

Fokus kualitas adalah kepuasan pelanggan. Kotler (2004), menyatakan konsumen yang sangat puas atau senang dengan sebuah produk akan memiliki ikatan emosional bukan sekedar preferensi rasional, namun juga loyalitas yang

tinggi. Dengan mengetahui tingkat kepuasan konsumen, perusahaan bisa menjaga loyalitas konsumen serta mempertahankan keuntungan yang stabil (Warta Bogasari, 2002).

Secara umum produk yang tidak memenuhi standar dan tidak berkembang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sebagai hasil dari perbandingan antara harapan produk dan kenyataan yang diterima seseorang maka memunculkan dua kemungkinan yang pertama adalah bila penjual memberikan informasi yang berlebihan terhadap pelanggan, maka pelanggan akan mempunyai pengharapan yang terlalu tinggi, sehingga berakibat ketidakpuasan jika penjual tidak dapat memenuhi informasinya. Kemungkinan kedua adalah bila penjual tidak dapat memenuhi informasi kepada pelanggan, maka pelanggan akan kurang tertarik (harapannya rendah) pada produk, sehingga transaksi tidak akan terjadi.

Kepuasan sendiri dipengaruhi oleh tingkat harapan atas kualitas produk. Perubahan selera masyarakat yang begitu cepat karena perubahan gaya hidup berpengaruh terhadap harapan konsumen akan kualitas produk keripik kentang. Harapan konsumen akan keripik kentang dipengaruhi oleh berbagai atribut pada keripik kentang yang menggambarkan kualitas keripik kentang. Atribut kualitas produk yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian diantaranya adalah harga, rasa, warna, daya tahan, legalitas, netto, bentuk keripik kentang dan bahan kemasan.

Konsumen mengharapkan keripik kentang dengan berbagai varian rasa seperti asin, dan barbeque, berkaitan dengan rasa warna yang diharapkan oleh konsumen adalah warna yang mencerminkan warna natural dari kentang sehingga tidak memerlukan pewarna makanan dan dirasa aman bagi konsumen. Selain itu daya tahan yang diharapkan oleh konsumen adalah keripik kentang yang memiliki daya tahan lama tanpa bahan pengawet hal ini berkaitan dengan harapan konsumen atas bahan kemasan seperti penggunaan alumunium foil. Adanya legalitas halal dari keripik kentang juga merupakan salah satu harapan pada produk yang akan membuat konsumen merasa aman dalam mengkonsumsi.

Hal inilah yang menuntut Agronas Gizi Food untuk meninjau kembali atribut yang ada pada produk keripik kentang untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen karena Agronas belum memenuhi keseluruhan dari harapan konsumen seperti adanya keanekaragaman rasa, penggunaan bahan kemasan seperti

aluminium foil dan legalitas yang masih sebatas keterangan layak produksi dari Departemen Kesehatan.

Keripik kentang yang diproduksi Agronas Gizi Food dibagi menjadi tiga kualitas yaitu kualitas A, B, C, perbedaan kualitas berdasarkan ukuran, untuk kualitas A hanya diperuntukkan untuk keripik kentang mentah dengan ukuran 7-10 cm, dan untuk kualitas B dengan ukuran 7cm-5cm dan kualitas C dibawah 5-2cm sedangkan produk remahan yaitu berukuran dibawah 2 cm. Permasalahan yang sering terjadi adalah ketidaksesuaian ukuran pada produk keripik kentang yang dapat disebabkan karena belum sesuainya pengendalian kualitas pada proses produksi. Kesalahan pada proses produksi ini juga dapat mempengaruhi jumlah produktivitas produk keripik kentang yang telah ditargetkan oleh perusahaan.

Adapun indikator yang digunakan untuk melihat proses pengendalian kualitas mutu dilakukan dengan melihat beberapa kendala yang kemungkinan dapat mempengaruhi produksi yaitu prosedur produksi (metode), tenaga kerja, mesin, bahan baku dan faktor lingkungan produksi. Faktor-faktor yang menyebabkan ketidaksesuaian ukuran pada keripik kentang agronas adalah bahan baku, tenaga kerja dan lingkungan produksi.

Bahan baku merupakan hal utama yang mempengaruhi kualitas hasil akhir keripik kentang. Penggunaan bahan baku kentang yang masih mencampur dua jenis varietas dan pengambilan bahan baku dari beberapa produsen kentang tentunya akan menimbulkan ketidakseragaman hasil. Selain itu faktor penyebab ketidaksesuaian ukuran dari keripik kentang dikarenakan Agronas hanya memiliki delapan karyawan yang mengerjakan proses produksi dari awal pembuatan keripik kentang. Kurangnya jumlah tenaga kerja menyebabkan pelaksanaan proses produksi yang kurang maksimal sehingga menimbulkan kurang telitnya tenaga kerja dalam proses produksi. Faktor lingkungan yaitu kelembapan juga mempengaruhi kualitas dari bahan baku yang disimpan digudang dan sinar matahari juga sangat mempengaruhi proses pengeringan keripik kentang karena tidak menggunakan mesin *vacuum frying*.

Oleh karena itu, pada penelitian ini ingin digali apakah pengendalian kualitas pada proses produksi keripik kentang kualitas B dapat meningkatkan kualitas produk serta memenuhi harapan pelanggan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka

penting bagi UKM Agronas Gizi Food untuk mengetahui batas kendali yang dapat ditolerir Agronas Gizi Food terhadap kerusakan keripik kentang. Selanjutnya perlu dianalisis faktor-faktor yang menyebabkan kerusakan produk keripik kentang serta hal apa saja yang mempengaruhi harapan pelanggan terhadap produk keripik kentang super Agronas. Dengan demikian, UKM Agronas Gizi Food dapat meningkatkan kualitas dan memenuhi harapan pelanggan.

Sehingga perlunya mengetahui batas kendali proses produksi agar dapat menyesuaikan kebutuhan dan harapan pelanggan akan produk keripik kentang. Harapan pelanggan dapat ditinjau dengan melihat kelemahan atau kelebihan dari atribut yang menempel pada produk keripik kentang super yang nantinya akan disesuaikan dengan respon teknis perusahaan. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka pertanyaan pokok dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana batas kendali kerusakan produksi produk keripik kentang di UKM Agronas Gizi Food Batu?
2. Faktor-faktor apa saja yang menyebabkan kerusakan atau kecacatan pada produk keripik kentang di UKM Agronas Gizi Food Batu?
3. Bagaimana harapan pelanggan terhadap produk keripik kentang kualitas super di Agronas Gizi Food Batu?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka dapat ditetapkan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis batas kendali kerusakan produksi produk keripik kentang di UKM Agronas Gizi Food Batu.
2. Untuk menganalisis faktor penyebab kerusakan pada produk keripik kentang kualitas super di Agronas Gizi Food Batu.
3. Untuk menganalisis harapan pelanggan terhadap produk keripik kentang kualitas super di Agronas Gizi Food Batu.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan sebagai berikut:

1. Bagi produsen, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi UKM Agronas Gizi Food atau pelaku usaha keripik kentang lain mengenai pengendalian kualitas produk dan pemenuhan keinginan konsumen sehingga produsen nantinya diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk yang berdampak pada peningkatan jumlah penjualan.
2. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pemikiran dan keterangan yang diharapkan dapat menunjang penelitian–penelitian sejenis.
3. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk peningkatan potensi diri dan sebagai bahan tambahan pengalaman, informasi, serta wawasan baru mengenai manajemen pengendalian kualitas di sebuah perusahaan.
4. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai tambahan informasi, dan literatur.

