

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Badan pusat statistik Indonesia menyatakan bahwa pertumbuhan industri manufaktur baik besar maupun sedang pada tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 4,74% dari tahun 2016. Hal ini membuktikan bahwa semakin tahun jumlah pertumbuhan industri semakin meningkat. Semakin banyak industri yang ada membuat persaingan pasar yang ketat dalam merebutkan konsumen. Berbagai cara dilakukan oleh semua industri dengan cara memberikan kualitas yang baik, pelayanan yang baik, harga yang lebih rendah dari pesaing, hadiah untuk konsumen, dan masih banyak lagi.

Perusahaan yang tidak dapat bertahan dalam persaingan pasar akan mengalami gulung tikar. Oleh sebab itu strategi dalam persaingan sangatlah penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Kepuasan konsumen adalah salah satu strategi yang sangat membantu untuk menghadapi persaingan pasar saat ini. Untuk memenuhi kepuasan konsumen, kualitas produk sangat diperhitungkan. Kualitas produk yang baik akan dikenang oleh konsumen dan akan membuat konsumen berani membayar tinggi untuk mendapatkan produk tersebut. Kepuasan konsumen terhadap kualitas yang diberikan sangat berarti untuk mendapatkan jumlah konsumen yang tinggi. Dengan jumlah konsumen yang tinggi akan membuat perusahaan memiliki pendapatan yang tinggi dan membantu perusahaan untuk perkembangan dengan pesat.

Salah satu jenis manufaktur yang menghadapi persaingan ketat adalah perusahaan kecap. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia menyatakan bahwa terdapat kurang lebih 100 perusahaan kecap yang ada di Indonesia contohnya adalah PT. ABC Central Food, PD. Aneka Sari Food, PT. Cangkir Mas, UD. Ikan Dorang, Kecap Banyak Mliwis, Kecap Cap Ikan Lele, Kecap Cipta Rasa, Kecap Kencana, PT. Lombok Gandaria, PT. Suka Sari Mitra Mandiri, dan lain-lain. Hal ini menunjukkan bahwa persaingan perusahaan kecap di Indonesia cukup ketat.

Sarico Food adalah salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang manufaktur yang memproduksi saos dan kecap manis. Sarico Food memiliki 11 merek produk kecap manis dan 5 merek produk saos dengan berbagai macam

kemasan. Sarico Food memiliki banyak jenis produk kecap dan saos karena Sarico Food ingin menjangkau konsumen menengah kebawah hingga menengah keatas dengan cita rasa dan harga yang berbeda-beda.

Perusahaan Sarico Food berada di kota Purworejo, kota Purworejo memiliki banyak kuliner, kuliner bakso dan mie ayam mudah ditemukan maka kasus ini ditujukan untuk pedagang mie ayam dan bakso. Setelah melakukan survei wawancara pada 30 konsumen (pemilik warung bakso dan mie ayam) didapatkan data bahwa total kecap yang dikonsumsi oleh 30 konsumen tersebut sebanyak 25.521 ml/minggu dengan 3 merek kecap salah satunya kecap Sarico yang dapat dilihat pada lampiran 1, lampiran 2, lampiran 3 dan lampiran 4. Hasil survei membuktikan bahwa masih banyak konsumen bakso dan mie ayam yang tidak mengkonsumsi kecap Sarico dan sebagian besar konsumen kota Purworejo mengkonsumsi merek kecap A.

Pembuatan produk kecap baru yang memuaskan pedagang bakso dan mie ayam di kota Purworejo sangat dibutuhkan agar sebagian besar konsumen kota Purworejo mengkonsumsi kecap Sarico Food. Untuk mendapatkan produk yang sesuai dibutuhkan analisis penilaian konsumen pada produk kecap saat ini, membutuhkan analisis kualitas yang diinginkan konsumen secara spesifik, membutuhkan analisis untuk mengetahui cara mendapatkan kualitas kecap yang sesuai dengan keinginan konsumen, mendesain produk kecap, dan menilai kepuasan konsumen terhadap hasil desain kecap.

1.2. Rumusan Masalah

Perumusan masalah pada studi kasus di Sarico Food adalah masih banyak warung bakso dan mie ayam yang tidak mengkonsumsi kecap Sarico. Untuk mengetahui alasan dan kelemahan kecap saat ini diperlukan wawancara kepada pemilik warung bakso dan mie ayam. Agar dapat mendesain kecap yang memuaskan pelanggan dibutuhkan analisis kualitas kecap yang diinginkan secara spesifik, menganalisis cara yang dapat dilakukan untuk membuat kecap sesuai dengan keinginan konsumen, mendesain kecap sesuai keinginan konsumen dan melakukan penilaian responden terhadap kecap baru.

1.3. Tujuan

Tujuan yang akan didapat dari tugas akhir studi kasus ini yaitu:

- a. Menganalisis karakteristik kualitas yang cocok dipadukan dengan mie ayam dan bakso di kota Purworejo secara spesifik.
- b. Perancangan produk kecap dengan kualitas yang sesuai dengan karakteristik kualitas yang cocok dipadukan dengan mie ayam dan bakso di kota Purworejo.
- c. Mecancang produk baru dengan menggunakan metode *Design For Six Sigma*.

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah diperuntukkan agar pembahasan masalah tidak meluas. Berikut adalah batasan masalah pada studi kasus ini:

- a. Responden adalah pemilik warung mie ayam dan bakso di kota Purworejo.
- b. Data diambil dari tanggal 9 Maret 2018 hingga tanggal 27 Mei 2018.