

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengendalian kualitas merupakan suatu proses keteknikan yang dipakai untuk terjaminnya tingkat *quality* dalam produk atau jasa dengan mengambil tindakan yang sesuai dengan standar suatu perusahaan apabila adanya kerusakan produk (Haifa dan Wahyudin, 2022). Pengendalian kualitas merupakan hal yang sangat penting dilakukan perusahaan agar dapat meminimalisasi produk yang mengalami cacat. Pengendalian kualitas yang dilakukan dengan baik akan memberikan dampak perubahan terhadap kualitas produk yang didapatkan oleh perusahaan. Kualitas produk merupakan suatu bentuk jasa atau barang yang diukur dalam tingkat standar mutu kehandalan, kelebihan, kadar rasa, serta fungsi kinerja dari produk tersebut yang dapat memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Alur produk yang mengutamakan kualitas akan mendapatkan hasil produk yang terbebas dari cacat atau *defect*.

Kualitas produk dapat dikatakan baik berdasarkan dengan kepuasan konsumen, salah satu produk yang menjadi ciri khas kota Malang dan banyak diminati masyarakat adalah keripik tempe. Keripik tempe merupakan produk olahan makanan ringan yang dihasilkan dari bahan utama tempe. Keripik tempe terbuat dari bahan utama tempe yang diiris tipis kemudian digoreng dengan menggunakan tepung yang telah dibumbui. Biasanya rasanya adalah asin dengan aroma bawang yang gurih. Makanan ringan ini ada dan tersebar hampir merata di seluruh Pulau Jawa. Keripik tempe dikenal juga sebagai makanan khas Kota Malang atau dengan kata lain oleh-oleh khas Malang.

Produk keripik tempe tersebut membuat perkembangan industri manufaktur saat ini menyebabkan semakin banyak persaingan dalam dunia industri. Perkembangan dunia industri tersebut dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan dan permintaan konsumen yang semakin meningkat seiring dengan perkembangan zaman. Terjadinya kepuasan dan meningkatnya permintaan konsumen menjadi kompetitif bagi perusahaan atau pabrik untuk memperluas pemasaran pada produknya.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat dilihat dari tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu (Indrasari, 2019; Ramadhini dan Nur Syafitri, 2022):

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.
5. Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

Keripik Tempe Sari Rasa di Malang pada mulanya didirikan oleh Syaiful Bahrie hanya sebagai produk sampingan yang diproduksi bila ada tempe sisa dari pasar namun karena rasa yang khas keripik tempe mulai di cari orang dan terciptalah permintaan khusus keripik tempe. Pada saat ini produksi keripik tempe bukan lagi diproduksi dari tempe sisa dari pasar melainkan diproduksi secara khusus dengan kualitas tempe yang sangat istimewa berbeda dengan tempe yang berada di pasaran.

Produk keripik tempe Sari Rasa di Malang pada tahun 2000an merupakan produk favorit yang mulai dikenal di berbagai luar kota Malang dan menjadi salah satu ikon kota Malang. Permintaan akan keripik tempe Sari Rasa terus meningkat sehingga para produsen yang saat itu jumlahnya hanya beberapa saja akhirnya mulai muncul industri rumahan yang jumlahnya sangat banyak di kampung Sanan dengan berbagai merek dan label harga yang berbeda-beda hingga sampai sekarang.

Banyaknya industri rumahan yang tumbuh dan berkembang dengan harga yang berbeda-beda berakibat persaingan yang tidak sehat antara sesama produsen keripik tempe yang mulanya produk unggulan harga jualnya bagus akhirnya berubah menjadi produk massal

yang harganya dikendalikan oleh pembeli yang mayoritas *reseller* atau dijual lagi sehingga antara produsen saling banting harga agar produknya laku di pasaran.

Pengendalian kualitas dalam proses produksi keripik tempe ini belum bisa dikatakan optimal karena hanya berfokus pada pemeriksaan kualitas produk pada akhir proses saja tanpa diulas lebih lanjut untuk menanggulangnya. Maka dari itu, perlu suatu pengendalian statistik supaya dapat meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan.

Berikut adalah contoh pengambilan data produksi dibulan januari 2023 yang menjelaskan bahwa kecacatan gosong sebesar 14.7kg sedangkan kecatan hancur sebanyak 83.6kg dan memiliki toleransi kecacatan maksimal sebesar 5%.

Tabel 1.1 Data Produk dan Cacat Produk Tempe Bulan Januari tahun 2023

No.	Tanggal	Jumlah Produksi Keripik Tempe (kg)	Jumlah Keripik Tempe Cacat (kg)		Presentase Cacat (%)	Standar Perusahaan (%)
			Gosong	Hancur		
1	2 Januari 23	70	0.8	3.2	5.71	5
2	3 Januari 23	60	0,5	2.5	5	5
3	4 Januari 23	60	0.7	3.3	6.67	5
4	5 Januari 23	66	0.7	3	5.61	5
5	6 Januari 23	60	0.5	3	6	5
6	7 Januari 23	60	0.6	2.4	5	5
7	9 Januari 23	55	0.8	2.2	5.45	5
8	10 Januari 23	56	0.7	2	4.82	5
9	11 Januari 23	80	0.8	4.2	6.25	5
10	12 Januari 23	58	0.5	3.5	6.90	5
11	13 Januari 23	60	0.9	4.8	9.50	5
12	14 Januari 23	55	0.5	2.5	5.45	5
13	16 Januari 23	60	0.5	3.5	6.67	5
14	17 Januari 23	50	0.4	2.6	6	5
15	18 Januari 23	55	0.6	3.4	7.27	5
16	19 Januari 23	70	0.5	3.5	5.71	5
17	20 Januari 23	80	0.4	3.6	5	5
18	21 Januari 23	50	0.3	2.7	6	5
19	23 Januari 23	60	0.8	3	6.33	5
20	24 Januari 23	55	0.5	2	4.55	5

No.	Tanggal	Jumlah Produksi Keripik Tempe (kg)	Jumlah Keripik Tempe Cacat (kg)		Presentase Cacat (%)	Standar Perusahaan (%)
			Gosong	Hancur		
21	25 Januari 23	79	0.8	4	6.08	5
22	26 Januari 23	65	0.5	3	5.38	5
23	27 Januari 23	55	0.3	4	7.81	5
24	28 Januari 23	86	0.3	5	6.16	5
25	30 Januari 23	55	0.5	2.5	5.45	5
26	31 Januari 23	75	0.8	4.2	6.66	5
	Total	1635	14.7	83.6	157.29	
	Rata-rata	62.88	0.59	3.22	6.05	

Sumber: Data *Home Industry Sari Rasa*

Pada tabel 1.1 dapat menjelaskan bahwa standar *presentase* kecacatan dari perusahaan memiliki toleransi kecacatan maksimal sebesar 5%, sedangkan dari data tabel diatas dapat dilihat rata-rata *presentase* kecacatan tersebut diatas 5% yang menjelaskan bahwa melebihi standar toleransi kecacatan sehingga diperlukan perbaikan dalam produk tersebut. Menurut Codex, A. C. (2020). Mengenai 5% adalah salah satu parameter yang digunakan konsumen keripik tempe untuk menentukan standar nasional Indonesia (SNI 01-2602-1992). Produk keripik tempe juga perlu dilakukan kaji ulang untuk kesesuaian mutu dengan standar nasional Indonesia.

1.2 Identifikasi Masalah

Produk keripik tempe yang dihasilkan pada *home industry* Sari Rasa masih sering terjadi kecacatan pada saat produksi yang melebihi dari standar yang ditetapkan sebesar 5%.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian dan identifikasi masalah tersebut dapat dirumuskan bahwa:

1. Mengidentifikasi cacat produk dengan menggunakan metode *Statistical Quality Control* (SQC)?

2. Apa saja upaya yang dapat meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan di *home industry* Sari Rasa?
3. Apakah ada perbandingan antara sebelum dan sesudah perbaikan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut dapat diketahui tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

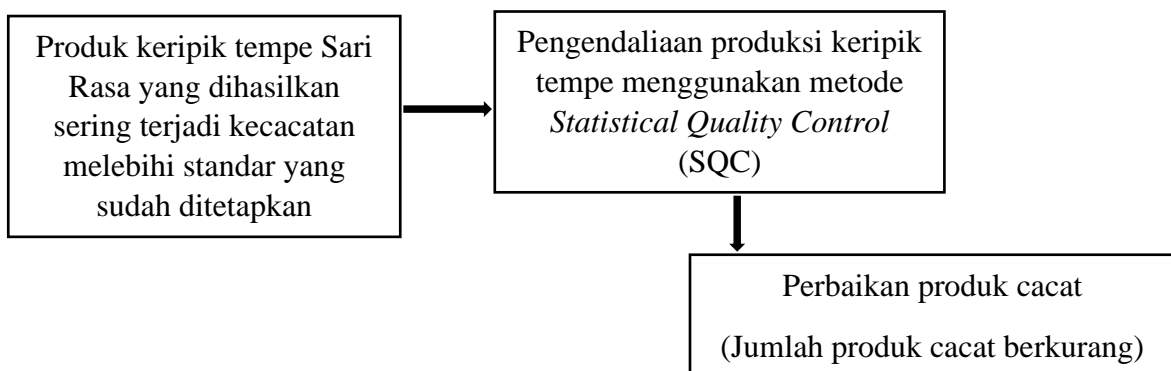
1. Mengidentifikasi cacat produk keripik tempe Sari Rasa dengan metode *Statistical Quality Control* (SQC).
2. Membuat upaya yang dapat meningkatkan standarisasi kualitas produk pada *home industry* Sari Rasa.
3. Adanya perbandingan antara sebelum dan sesudah perbaikan.

1.5 Batas Penelitian

Batas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Penelitian ini menggunakan data cacat produk keripik tempe mulai tanggal 5 Februari 2023 sampai 5 April 2023.

1.6 Kerangka Berpikir



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir Penelitian

1.7 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi peneliti sebagai bahan pengetahuan dan pengalaman yang langsung diaplikasikan dalam kehidupan nyata terkait dalam materi perbaikan mutu pada saat perkuliahan.

2. Bagi *Home Industry* Sari Rasa
3. Kota Malang sebagai bahan perbaikan produk dengan menggunakan metode *Statistical Quality Control (SQC)*.
4. Bagi akademis sebagai bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan perbaikan kualitas.