

PERENCANAAN KUALITAS PRODUK SEPATU DENGAN MENGGUNAKAN METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) DI PT.KARYAMITRA BUDISENTOSA

Alvin Firmansyah

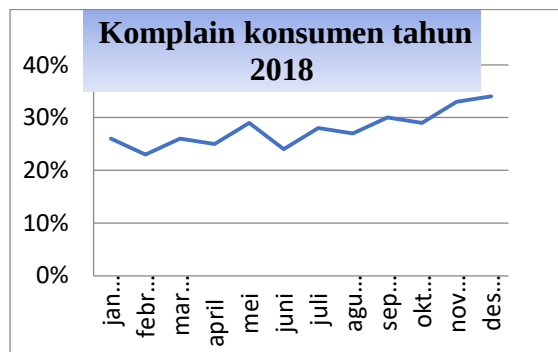
Program Studi Teknik Industri S.1, Institut Teknologi Nasional Malang
falvin19@gmail.com

Abstraks, Seiring dengan perkembangan bisnis yang semakin dinamis dan penuh ketidakpastian diharuskan untuk menjaga kualitas produk yang dihasilkan agar dapat bertahan di tengah ketatnya persaingan, kualitas dari produk yang dihasilkan sedangkan kualitas itu sendiri adalah keseluruhan ciri atau karakteristik produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Keinginan dan kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor yang menentukan kualitas suatu perusahaan, karena kualitas merupakan hal yang sangat penting bagi konsumen. Menyadari akan hal tersebut maka perlu dilakukan penelitian terhadap kualitas produk sepatu. Tujuannya untuk mengetahui atribut apa yang perlu ditingkatkan dalam meningkatkan perencanaan kualitas produk sepatu. Metode yang digunakan untuk mengukur kualitas produk adalah metode Quality Function Deployment (QFD) metodologi terstruktur yang digunakan dalam proses perencanaan dan pengembangan produk untuk menetapkan spesifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen. Hasil dari penelitian menunjukkan Atribut yang perlu ditingkatkan Perlu adanya tambahan variasi/desain baru

Kata kunci : Kepuasan Konsumen, Kualitas Sepatu, Quality Function Deployment (QFD)

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan bisnis yang semakin dinamis dan penuh ketidakpastian diharuskan untuk menjaga kualitas produk yang dihasilkan agar dapat bertahan di tengah ketatnya persaingan. faktor utama yang menentukan performansi suatu perusahaan adalah kualitas dari produk yang dihasilkan sedangkan kualitas itu sendiri adalah keseluruhan ciri atau karakteristik produk dalam tujuannya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. permasalahan yang terjadi maka dicamtumkan data pendukung terjandinya beberapa permasalahan berupa komplain konsumen mengenai kualitas produk sepatu buel (% komplain) di PT Karyamitra Budisentosa untuk di teliti menggunakan metode Quality Fuction Deployment (QFD)



Dengan pertimbangan data diatas, maka perusahaan Karyamitra Budisentosa perlu melakukan riset atau penelitian untuk mengetahui harapan konsumen terhadap produk sepatu buel. Dengan menerapkan metode Quality Fuction Deployment (QFD),

Kualitas Kepuasan Pelanggan

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Populasi sampel

Teknik sampling yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan jenis purposive sampling, yaitu teknik 274 DeReMa Jurnal Manajemen Vol. 11 No. 2, September 2016 penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012:85). Dengan teknik

tersebut setiap responden dalam penelitian ini dipilih melalui screening question yaitu dengan menentukan kriteria responden harus sudah lebih dari dua kali membeli produk sepatu bruel.

Pengertian QualityFunction Deployment

Quality Function Deployment (QFD) adalah metode perencanaan dan pengembangan produk/jasa secara terstruktur yang memungkinkan tim pengembang mendefinisikan secara jelas kebutuhan dan harapan tersebut dan mengevaluasi kemampuan produk atau jasa secara sistematis untuk memenuhi kebutuhan dan harapan tersebut (Ekie Gilang Permata, 2017).

Quality Function Deployment adalah suatu proses atau mekanisme terstruktur untuk menentukan kebutuhan pelanggan dan menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan itu ke dalam kebutuhan teknis yang relevan, dimana masing-masing area fungsional dan level organisasi dapat mengerti dan bertindak (Endang Suhendar, 2014).

Alat utama dari QFD adalah matrik, dimana hasil-hasilnya dicapai melalui penggunaan tim antar departemen atau fungsional dengan mengumpulkan, menginterpretasikan, mendokumentasikan dan memprioritaskan kebutuhan-kebutuhan pelanggan. Titik awal (starting point) QFD adalah pelanggan serta keinginan dan kebutuhan dari pelanggan. Dalam QFD hal ini disebut “suara dari pelanggan”(voice of the customer (Endang Suhendar, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengolahan data hasil dari kuisioner yang sudah diperoleh sebelum dilakukan analisis data untuk dilakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu agar atribut tersebut apakah sudah mampu menggambarkan kebutuhan/keinginan konsumen PT Karyamitra Budisentosa.

Tabel 4.1 hasil uji validitas tingkat kepentingan pelanggan/konsumen

No	ATRIBUT	r hitung	r tabel	kesimpulan
1	Sepatu ini sudah memenuhi standart keinginan konsumen	0,402	0,254	Valid
2	Produk ini mampu bersaing dengan sepatu lain	0,329	0,254	Valid
3	Perlu adanya tambahan variasi/desain baru	0,308	0,254	Valid
4	Informasi tentang produk cukup jelas	0,329	0,254	Valid
5	Produk mudah diperoleh	0,277	0,254	Valid
6	Stok selalu sedia di took	0,281	0,254	Valid
7	Harga terjangkau	0,310	0,254	Valid
8	Harga sesuai kualitas	0,399	0,254	Valid
9	Harga bisa bersaing dengan produk lain	0,358	0,254	Valid
10	Bahan ramah lingkungan	0,320	0,254	Valid
11	Tersedia dalam beberapa ukuran	0,362	0,254	Valid
12	Produk dikemas secara rapi	0,282	0,254	Valid
13	Desain kemasan menarik	0,331	0,254	Valid
14	Strategi penjualan menarik	0,299	0,254	Valid
15	Adanya tenaga penjualan	0,341	0,254	Valid
16	Fasilitas penjualan yang baik	0,333	0,254	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Table 4.2 hasil uji validitas tingkat kepuasan pelanggan /konsumen

No	ATRIBUT	r hitung	r tabel	kesimpulan
1	Sepatu ini sudah memenuhi standart keinginan konsumen	0,454	0,254	Valid
2	Produk ini mampu bersaing dengan sepatu lain	0,435	0,254	Valid
3	Perlu adanya tambahan variasi/desain baru	0,373	0,254	Valid
4	Informasi tentang produk cukup jelas	0,261	0,254	Valid
5	Produk mudah diperoleh	0,342	0,254	Valid
6	Stok selalu sedia di took	0,350	0,254	Valid
7	Harga terjangkau	0,459	0,254	Valid
8	Harga sesuai kualitas	0,452	0,254	Valid
9	Harga bisa bersaing dengan produk lain	0,276	0,254	Valid
10	Bahan ramah lingkungan	0,356	0,254	Valid
11	Tersedia dalam beberapa ukuran	0,366	0,254	Valid

12	Produk dikemas secara rapi	0,547	0,254	Valid
13	Desain kemasan menarik	0,529	0,254	Valid
14	Strategi penjualan menarik	0,498	0,254	Valid
15	Adanya tenaga penjualan	0,528	0,254	Valid
16	Fasilitas penjualan yang baik	0,521	0,254	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini digunakan untuk melihat tingkat konsistensi dari pelanggan terhadap variable yang ada. Jadi apakah data yang diperoleh akan cenderung memberikan hasil yang sama.

Tabel 4.3 hasil uji reliabilitas tingkat kepentingan

Cronbach's Alpha	N of items
0,601	16

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS

Berdasarkan reliability diatas nilai Cronbach's alpha sebesar 0,601 yang berarti semua atribut tingkat kepentingan di PT Karyamitra Budisentosa bersifat reliabel untuk ke -16 atribut tersebut. Karena nilai alpha > 0,6

Tabel 4.4 hasil uji reliabilitas tingkat kepentingan

Cronbach's Alpha	N of items
0,753	16

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS

Berdasarkan reliability diatas nilai Cronbach's alpha sebesar 0,753 yang berarti semua atribut tingkat kepentingan di PT Karyamitra Budisentosa bersifat reliabel untuk ke -16 atribut tersebut. Karena nilai alpha > 0,6

importance to customer

importance to customer bertujuan untuk mengetahui penilaian tingkat kepentingan

pelanggan terhadap variabel tentang produk sepatu bruel. Dimana nilai ini di dapat dari rata-rata tingkat kepentingan pelanggan/konsumen produk sepatu di PT Karyamitra Budisentosa secara keseluruhan pada tiap variabel. Rumus dan contoh perhitungan manual untuk atribut sepatu ini sudah memenuhi standart keinginan konsumen

$$4+4+5+5+4+5+5+5+5+5+4+5+5+5+4+4+4+5+4+5+5+4+5+4+5+4+4+4+4+4+4+5+4+5+5+5+4+5+5+5+5+5+4+5+4+3+4+4+4+4+5+4+5+5+4= 270/60 = 4,5$$

Tabel 4.6 Importance to customer

No	ATRIBUT	Mean	Rank
1	Sepatu ini sudah memenuhi standart keinginan konsumen	4,5	16
2	Produk ini mampu bersaing dengan sepatu lain	4,51	6
3	Perlu adanya tambahan variasi/desain baru	4,63	1
4	Informasi tentang produk cukup jelas	4,46	9
5	Produk mudah diperoleh	4,6	15
6	Stok selalu sedia di took	4,55	5
7	Harga terjangkau	4,46	8
8	Harga sesuai kualitas	4,43	11
9	Harga bisa bersaing dengan produk lain	4,61	2
10	Bahan ramah lingkungan	4,51	7
11	Tersedia dalam beberapa ukuran	4,45	10
12	Produk dikemas secara rapi	4,58	3
13	Desain kemasan menarik	4,36	13
14	Strategi penjualan menarik	4,38	12
15	Adanya tenaga penjualan	4,36	14
16	Fasilitas penjualan yang baik	4,56	4

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Pada tabel 4.6 diperoleh nilai rata-rata tertinggi tingkat kepentingan konsumen pada atribut nomor 3 “Perlu adanya tambahan variasi/desain baru” dengan nilai 4,63 Berarti atribut ini memiliki tingkat bagi konsumen dan

dapat dijadikan gambaran bagi perusahaan untuk lebih ditingkatkan lagi.

Customer Satisfaction Performance

Customer Satisfaction Performance bertujuan untuk mengetahui penilaian tingkat kepuasan pelanggan terhadap variabel tentang produk sepatu bruel. Dimana nilai ini didapatkan dari rata-rata nilai tingkat kepuasan pelanggan/konsumen produk sepatu di PT Karyamitra Budisentosa secara keseluruhan pada tiap variabel. Rumus dan contoh perhitungan manual untuk atribut Sepatu ini sudah memenuhi standart keinginan konsumen adalah sebagai berikut

$$3+3+4+4+5+4=4+3+4+3+4+3+3+4+4+3+5+4+3+3+4+4+4+3+3+4+4+3+3+4+4+4+3+3+4+4+5+5+5+4+4+4+4+3+3+3+3+4+3+3+4+4+3+3=$$

$$220/60 = 3,66$$

Tabel 4.7 Customer Satisfaction Performance

No	ATRIBUT	Mean	Rank
1	Sepatu ini sudah memenuhi standart keinginan konsumen	3,66	9
2	Produk ini mampu bersaing dengan sepatu lain	3,7	14
3	Perlu adanya tambahan variasi/desain baru	3,65	10
4	Informasi tentang produk cukup jelas	3,76	7
5	Produk mudah diperoleh	3,98	2
6	Stok selalu sedia di took	3,7	15
7	Harga terjangkau	3,78	6
8	Harga sesuai kualitas	4,05	1
9	Harga bisa bersaing dengan produk lain	3,93	4
10	Bahan ramah lingkungan	3,95	3
11	Tersedia dalam beberapa ukuran	3,85	5
12	Produk dikemas secara rapi	3,61	12
13	Desain kemasan menarik	3,65	11
14	Strategi penjualan menarik	3,7	16
15	Adanya tenaga penjualan	3,66	8
16	Fasilitas penjualan yang baik	3,61	13

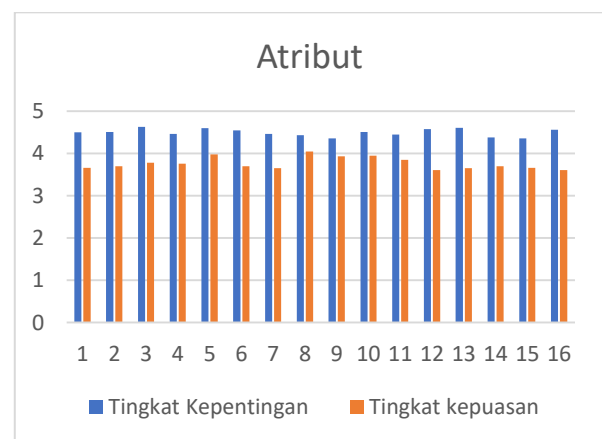
Sumber : Hasil pengolahan data

Pada tabel 4.7 diatas diperoleh nilai rata-rata tertinggi tingkat kepuasan konsumen pada atribut nomor 8 “**harga sesuai kualitas**” dengan nilai 4,05 Berarti atribut ini memiliki tingkat kepuasan yang tinggi dan dibutuhkan oleh konsumen atribut ini dapat dijadikan gambaran bagi perusahaan untuk lebih ditingkatkan lagi.

Goal perusahaan

Goal perusahaan merupakan level performance yang ingin di capai untuk

memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan (costumer needs). Goal ini merupakan perbandingan dari tingkat kepentingan konsumen terhadap tingkat kepuasan konsumen di Pt Karyamitra Budisentosa.



Gambar 4.2 perbandingan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan

Dari hasil gambar diatas dapat dilihat pada semua jumlah atribut, dari atribut pertama sampai atribut terakhir menunjukkan bahwa nilai kepentingannya lebih besar daripada nilai kepuasannya, yang berarti produk itu harus ditingkatkan kualitasnya.

Raw Weight dan Normalized Raw Weight

Tabel ini berisi perhitungan nilai dari data dan keputusan yang berisi dari voice of customer (VOC). Analisa ini sangat penting untuk melakukan pengembangan dari keinginan pelanggan yang berdasarkan pada importance to customer, improvement ratio dan sales point. Maka didapatkan nilai raw weight untuk setiap

atributnya. Nilai raw weight dan normalized raw weight.

No	Atribut	Raw weight	Normalized raw weight
1	Sepatu ini sudah memenuhi standart keinginan konsumen	5,49	0,038
2	Produk ini mampu bersaing dengan sepatu lain	6,54	0,046
3	Perlu adanya tambahan variasi/desain baru	8,47	0,059
4	Informasi tentang produk cukup jelas	7,89	0,055
5	Produk mudah diperoleh	6,34	0,044
6	Stok selalu sedia di toko	8,32	0,058
7	Harga terjangkau	8,16	0,057
8	Harga sesuai kualitas	8,65	0,061
9	Harga bisa bersaing dengan produk lain	4,79	0,033
10	Bahan ramah lingkungan	6,16	0,043
11	Tersedia dalam beberapa ukuran	7,67	0,054
12	Produk dikemas secara rapi	5,84	0,041
13	Desain kemasan menarik	6,97	0,049
14	Strategi penjualan menarik	7,75	0,054
15	Adanya tenaga penjualan	5,18	0,036
16	Fasilitas penjualan yang baik	6,89	0,048

Sumber : Hasil pengolahan data

Dari hasil tabel diatas maka diketahui pada atribut **“Harga sesuai kualitas”** mempunyai nilai raw weight tertinggi yaitu 8,65 dengan nilai normalized raw weight 0,061. Jadi atribut tersebut sangat dibutuhkan dan harus menjadi perhatian pihak Pt karyamitra Budisentosa untuk meningkatkan atribut tersebut terlebih dahulu untuk memenuhi kepuasan konsumen yang membeli produk dan bisa meningkatkan kualitas

Analisa Respon Teknis (Technical Response)

Respon teknis merupakan tanggapan yang diberikan oleh pihak PT.Karyamitra Budisentosa untuk memnuhi kebutuhan konsumen (costomer needs). Semua respon teknis dimunculkan untuk memenuhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap setiap atribut dalam voice of costumer.

Tabel 4.2.1 Respon Teknis

No	Respon teknis
1	Menjamin kualitas produk sepatu sesuai dengan standart
2	Melakukan pemeriksaaan sebelum produk dikemas
3	Memberikan produk yang berkualitas
4	Merancang desain baru dengan mengikuti trend saat ini
5	Menyebarkan produk secara merata di toko kecil maupun toko besar
6	Melakukan penyesuain harga sesuai pasaran
7	Memperbaiki strategi pemasaran
8	Memberikan pelatihan dan sharing terhadap karyawan yang berhubungan dengan pemasaran

KESIMPULAN

Bedasarkan hasil penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Atribut yang perlu untuk ditingkatkan adalah **“Perlu adanya tambahan variasi/desain baru”** dengan nilai **“4,63”** dengan hasil ini maka pihak PT Karyamitra Budisentosa agar menjadikan atribut tersebut lebih ditingkatkan lagi.

SARAN

1. Melakukan dan memanfaatkan kualitas perusahaan guna menangkap peluang yang dimiliki perusahaan.
2. Menggunakan media promosi yang tepat sasaran sesuai pasar yang akan dituju oleh perusahaan sehingga tepat sasaran.
3. Melakukan inovasi terhadap jenis produk sepatu bruel yang ditawarkan dan menjamin kualitas produk yang ditawarkan serta memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen untuk mendapatkan citra baik perusahaan dimata konsumen.

4. Perusahaan dapat menetapkan harga yang bersaing untuk menghindari ancaman dari tumbuhnya usaha di bidang yang sama.
5. Desain diperlukan dengan melihat tren sekarang.

Bagi perusahaan Karyamitra Budisemtosa lebih meningkatkan variasi model sepatu bruel.

