

PENERAPAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* PADA KUALITAS PRODUK SONGKOK

Norman isawega⁽¹⁾, Pregiwati Pusporini⁽²⁾, Deny Andesta⁽³⁾

¹Mahasiswa Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Gresik

^{2,3}Dosen Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Gresik Jl. Sumatera No. 101

GKB-Gresik 61121.

e-mail : isawega23@gmail.com

ABSTRAK

Songkok atau kopyah merupakan sebuah tambahan manis dalam beribadah khususnya di Indonesia. Ketidaksiharian songkok dengan kriteria keinginan konsumen merupakan salah satu kendala dalam upaya meningkatkan kualitas produk songkok tersebut. Akibat dari songkok yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen, mengakibatkan konsumen tidak merasa puas terhadap produk tersebut dan dapat mengakibatkan pelanggan beralih ke produk lain yang sudah sesuai dengan kriteria konsumen. Dalam penelitian ini membahas tentang analisa kualitas produk songkok di salah satu perusahaan, analisa produk songkok yang berkualitas sesuai dengan atribut keinginan konsumen dan sesuai dengan pengkategorian Model Kano. Metode yang digunakan dalam Analisa songkok menggunakan metode pengkategorian Model Kano dan QFD (*Quality Function Deployment*). Untuk data Kano dan QFD menggunakan penyebaran prakuisisioner pendahuluan untuk mencari pengkategorian konsumen dan selanjutnya penyebaran kuisisioner untuk atribut produk songkok, kemudian dilakukan penyebaran kuisisioner kedua untuk mengetahui tingkat kepentingan dan kepuasan atribut produk songkok serta penyebaran kuisisioner untuk mengetahui kepuasan dan kepentingan pesaing. Untuk data penyebaran kuisisioner dilakukan penyebaran sebanyak 90 dari konsumen maupun pelanggan. Berdasarkan pengolahan data kuisisioner dengan bantuan Metode Kano dan metode QFD (*Quality Function Deployment*) maka didapatkan kebutuhan yang diinginkan konsumen berdasarkan urutan raw weight konsumen dari yang pertama sampai yang terakhir label merk songkok (0,087).

Kata Kunci: *Model kano, Pengkategorian, Analisa produk, QFD, Songkok*

1. Pendahuluan

Pada era saat ini, menghadapi perkembangan pasar yang semakin pesat, setiap perusahaan harus mampu bersaing secara global. Hal ini merupakan tantangan bagi perusahaan tersebut untuk mampu berkompetisi memberikan yang terbaik bagi konsumennya. Perusahaan harus mampu memenuhi keinginan konsumen dalam hal kualitas produk yang dihasilkan. Maka dari itu perusahaan harus mampu meningkatkan kualitas produknya sebaik mungkin agar dapat bersaing dengan produk lainnya di pasaran. Karena hanya konsumen yang merasa puas yang akan melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa yang memberikan kepuasan baginya. Menurut (Christian Lasander,2013) kualitas produk yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas produk yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

UD. President putra merupakan salah satu perusahaan industri kecil yang bergerak di bidang pembuatan songkok dari berbagai jenis contohnya: songkok standart polos, songkok

bordir. UD. President putra dikelola oleh Bapak M. Khohlil sekeluarga yang terletak di Jalan Gubernur Suryo, Kroman Kecamatan Gresik, yang merupakan sentra pembuatan songkok secara turun temurun, perusahaan produk ini tidak memiliki cabang. UD. President putra di wilayah gresik melayani penjualan kurang lebih dari 150 kodi songkok polos dan songkok bordir 75 kodi ditahun 2016 serta menjual 86 songkok polos dan 80 songkok bordir ditahun 2017 (sumber UD. President putra), pembuatan produk songkok ini juga masih dilakukan dengan cara manual dan sebagian sudah ada menggunakan mesin serta memiliki beberapa tahapan dalam pembuatan produk

1.1. Pengertian QFD(*Quality Function Deployment*)

Dalam konteks pemuasan kebutuhan pelanggan maka kita mengenal konsep *Quality Finction Deployment* (QFD). Konsep QFD dikembangkan untuk menjamin bahwa produk yang memasuki tahap produksi benar-benar akan mendapat memuaskan kebutuhan pelanggan dengan jalan membentuk tingkat kualitas yang diperlukan dan dengan

kesesuaian yang maksimum, pada setiap tahap pengembangan produk.

Menurut Cohen, (1995) QFD adalah metode terstruktur yang digunakan dalam proses perencanaan dan pengembangan produk untuk menetapkan spesifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mengevaluasi suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sedangkan menurut Marlina dan Dharmastiti (2008), QFD adalah metode terstruktur yang dapat digunakan dalam perencanaan dan pengembangan produk untuk menentukan spesifikasi keinginan dan kebutuhan konsumen dan mengevaluasi produk atau jasa secara sistematis dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Fokus utama dari QFD adalah melibatkan pelanggan pada proses pengembangan produk sedini mungkin. Filosofi yang mendasarinya adalah bahwa pelanggan tidak akan puas dengan suatu produk meskipun produk itu telah dihasilkan dengan sempurna bilamana mereka tidak menginginkan atau membutuhkannya.

Dalam metode ini diidentifikasi atribut-atribut keinginan dan kebutuhan dari pelanggan atas produk atau jasa yang diberikan, kemudian diukur tingkat kepuasan pelanggan atas tiap atribut keinginan dan kebutuhan tersebut. Setelah itu dapat diketahui prioritas atribut keinginan dan kebutuhan pelanggan yang perlu untuk ditingkatkan. Selanjutnya dirumuskan respon-respon teknis untuk meningkatkan kepuasan pelanggan atas atribut tersebut.

1.2. Manfaat QFD

Manfaat – manfaat utama QFD (*Quality Function Deployment*) adalah sebagai berikut :

1. Memusatkan rancangan produk dan jasa baru pada kebutuhan pelanggan. Memastikan bahwa kebutuhan pelanggan dipahami dan proses desain didorong oleh kebutuhan pelanggan yang objektif dari teknologi
2. Mengutamakan kegiatan – kegiatan desain. Hal ini memastikan bahwa proses desain dipusatkan pada kebutuhan pelanggan yang paling berarti
3. Menganalisis kinerja produk perusahaan yang utama untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan
4. Mengurangi banyaknya perubahan desain setelah dikeluarkan dengan memastikan

upaya yang difokuskan pada tahap perencanaan. Hal yang penting ini mengurangi biaya mengenal desain baru

5. Mendorong terselenggaranya kinerja dan menghancurkan rintangan antar bagian dengan melibatkan pemasaran, rekayasa teknik dan pabrikasi sejak awal proyek. Masing – masing anggota tim kerja sama pentingnya dan memiliki sesuatu untuk disumbangkan kepada proses.
6. Menyediakan suatu cara untuk membuat dokumentasi proses dan menyediakan suatu dasar yang kukuh untuk mengambil keputusan rancangan. Hal ini sangat membantu menjaga proyek terhadap perubahan – perubahan personalia yang tidak dapat diperkirakan lebih dulu.

1.3. Tahap Implementasi QFD

Model kano dikembangkan oleh (Noriaki Kano, 1984) dalam buku Tony Wijaya model Kano bertujuan mengkategorikan atribut-atribut produk maupun jasa berdasarkan seberapa baik produk/jasa tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. Model Kano memberikan tampilan secara linier terhadap hasil yang diberikan oleh kinerja suatu produk atau jasa kepada kepuasan pelanggan yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi atribut-atribut yang berpotensi menimbulkan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Selain itu Model Kano juga memiliki kekurangan diantaranya adalah hasil dari Model Kano hanya dapat mengelompokkan kebutuhan pelanggan, namun tidak bisa mengkuantifikasikan nilai performansi tersebut. Model Kano juga tidak dapat menggali alasan dari persepsi pelanggan mengenai atribut-atribut tertentu. Dalam modelnya, Kano membedakan tiga tipe produk yang diinginkan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen (Noriaki Kano, 1984) yaitu (Wijaya, 2018):

1. *Must-be Requirements* atau *Basic Needs*
Pada kategori keharusan (*must-be*) atau kebutuhan dari (*basic needs*), pelanggan menjadi tidak puas apabila kinerja dari atribut yang bersangkutan rendah. Tetapi kepuasan pelanggan tidak akan meningkat jauh diatas netral meskipun kinerja atribut tersebut tinggi. Artinya jika kategori itu tidak dipenuhi, maka konsumen akan secara *extreme* tidak puas. Disisi lain, karena konsumen menganggap kategori ini sudah

semestinya, maka pemenuhan kategori ini tidak akan meningkatkan kepuasan konsumen. Misalnya fasilitas *short message service* (SMS) pada *handphone*, itu merupakan fasilitas yang sudah seharusnya ada pada *handphone* keluaran sekarang. Kepuasan konsumen tidak akan meningkat karena pada *handphone* terdapat fasilitas sms, tetapi konsumen sama sekali tidak akan tertarik membeli *handphone* yang tidak memiliki fasilitas sms.

Basic needs di gambarkan oleh kurva yang terletak paling bawah, yakni merupakan suatu atribut, fungsi, atau dasar yang wajib ada pada suatu produk/layanan. Ketiadaan faktor-faktor ini dapat mengakibatkan ketidakpuasan pelanggan, komplain, bahkan kehilangan pelanggan akan bersikap netral saja. Jadi, *basic needs* bukan merupakan opsi bagi pemberian layanan, melainkan seharusnya ada.

2. *One-dimensional Requirements* atau *Performance Needs*

Dalam kategori *one dimensional* atau *performance needs*, tingkat kepuasan pelanggan berhubungan linear dengan kinerja atribut, sehingga kinerja atribut yang tinggi akan mengakibatkan tingginya kepuasan pelanggan pula. Misalnya fasilitas bebas *roaming* oleh *provider* jaringan telekomunikasi, jika fasilitas ini diberikan maka kepuasan konsumen akan langsung meningkat, tetapi kepuasan konsumen akan langsung menurun jika fasilitas tersebut tidak ada. Selanjutnya, di atas kurva *basic needs* ada atribut *performance*. Semakin baik kinerja dari atribut ini, maka tingkat kepuasan pelanggan juga semakin tinggi. Sebaliknya, kinerja yang buruk dari atribut ini juga dapat menurunkan kepuasan pelanggan.

3. *Attractive Requirements* atau *Excitement Needs*

Sedangkan pada kategori *attractive* atau *excitement needs*, tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sampai tinggi dengan meningkatnya kinerja atribut. Akan tetapi penurunan kinerja atribut tidak akan menurunkan tingkat kepuasan. Misalnya pada *handphone* diberikan fasilitas mp3, maka kepuasan konsumen akan meningkat sangat tinggi, karena konsumen tidak menuntut fasilitas tersebut disediakan.

Tetap jika pada *handphone* tidak terdapat fasilitas tersebut, kepuasan konsumen tidak akan menurun. Terakhir, pada kurva teratas ada atribut *excitement* yakni atribut yang tidak diperkirakan oleh pelanggan. Namun, kehadiran atribut ini dapat memberikan tingkat kepuasan yang tinggi kepada pelanggan, sehingga kemudian menghasilkan sebuah pengalaman bagi mereka.

Harus diperhatikan pula bahwa kategori pelanggan tersebut tidak tetap sepanjang masa kategori pelanggan akan berubah sesuai dengan perkembangan waktu. Secara spesifik atribut *attractive* akan menjadi *one dimensional*, dan akhirnya akan menjadi atribut *must be*.

2. Metode Penelitian

Metodologi penelitian ini bertujuan untuk memudahkan dalam melakukan penelitian sehingga penelitian yang dilakukan dapat terstruktur dengan baik. Agar didalam penyusunan didapatkan data yang objektif dan ilmiah, maka diperlukan cara atau langkah-langkah tertentu yang dapat dipakai sebagai pedoman dalam menyelidiki dan membahas persoalan yang dihadapi

2.1. Survei Lapangan

Langkah awal yang dilakukan andala penelitian ini adalah melakukan survei langsung terhadap kondisi tas anak-anak di pasaran. Studi ini dilakukan untuk mengamati secara menyeluruh terhadap kondisinya saat ini.

2.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi permasalahan dilakukan melalui studi pendahuluan pada UD. President putra gresik. Permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan adalah banyaknya komplain pelanggan mengenai kualitas jasa produk.

2.3. Perumusan Masalah dan Tujuan Penelitian

Tahap awal merupakan tahap penyusunan kuesioner berdasarkan kebutuhan konsumen. Kuesioner awal yang dibuat merupakan kuesioner terbuka. Adapun teknik pengumpulan data dengan memberikan sejumlah pertanyaan kepada responden. Daftar pertanyaan yang disusun merupakan pertanyaan terbuka, dimana pertanyaan tersebut berguna untuk menggali kebutuhan konsumen yang sebenarnya. Setelah itu dilakukan penyebaran prakuisitioner lalu pengumpulan hasil prakuisitioner.

3. Pengumpulan dan Pengelolaan data

3.1. Analisa dan Implementasi Data

Tahap analisa dan interpretasi merupakan tahap teknis dan implementasi dari hasil pengolahan data dengan menggunakan metode Kano dan QFD terhadap permasalahan yang diambil terkait dengan kualitas produk songkok di UD. President putra Gresik sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen.

1. Analisa Kategori Kano Hasil pengkategorian atribut yang sudah dikategorikan sesuai dengan kategori Kano.
2. Analisa Preferensi Kebutuhan Pelanggan Pada tahapan ini dilakukan analisa terhadap kebutuhan-kebutuhan konsumen yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kualitas agar sesuai dengan keinginan dari konsumen pada UD. President putra. Tahapan ini terdiri dari prioritas keinginan konsumen dilihat dari besarnya nilai raw weight dari setiap atribut, dimana didalamnya terdapat Tingkat kepentingan, Tingkat kepuasan, Goal, Improvement Ratio dan Sales Point.
3. Analisa Respon Teknis Pada tahapan ini menjelaskan bahwa hal-hal yang mempunyai pengaruh dalam perbaikan kualitas dan berhubungan dengan keinginan konsumen.
4. Analisa respon teknis meliputi kontribusi dari prioritas serta korelasi antar respon teknis.
5. Usulan Perbaikan Usulan perbaikan diperlukan guna memperbaiki atribut yang dirasa oleh konsumen belum memenuhi kepuasan konsumen. Perusahaan harus mampu memenuhi agar dapat meningkatkan kualitas layanan.

3.2. Pengumpulan Data

Penelitian ini membutuhkan pengumpulan data-data yang diperlukan untuk memecahkan permasalahan yang terjadi dengan menggunakan metode kuisisioner dan wawancara. Data-data yang dibutuhkan yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Berikut ini adalah data-data yang diperlukan :

1. Data Kualitatif :
 - a. Atribut-artibut dari produk tas.
 - b. Respon teknis yang dimiliki oleh perusahaan.
 - c. Data ketidaknyamanan pengguna tas
2. Data Kuantitatif

- a. Pengumpulan data tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk tas.
- b. Data Antropometri untuk perancangan tas.

3.3. Uji Kecukupan Data

Uji kecukupan data digunakan untuk memperoleh hasil minimum responden yang dianjurkan dengan menggunakan persamaan *Bernoulli* dengan Tingkat kesalahan (ϵ) 0,05, Proporsi Jumlah Kuisisioner yang dianggap benar (p) sebesar 95% dan Proporsi Jumlah Kuisisioner yang dianggap salah (q) sebesar 5%. Maka jumlah sampel minimum :

$$N \geq \frac{(Z_{\alpha/2})^2 \cdot p \cdot q}{q^2}$$

$$N \geq \frac{(1,96)^2 \cdot 0,95 \cdot 0,05}{0,05^2}$$

$$N \geq 72,98 = 73$$

3.4. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah data tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen dari penyebaran kuisisioner yang dikumpulkan sudah valid dan reliabel. Pengujian ini dilakukan menggunakan *software SPSS 15*. Dikatakan valid jika nilai r hitung $> r$ tabel dan dikatakan Reliabel jika nilai *alpha cronbach* lebih besar dari 0,70.

3.5. Uji Keseragaman Data

Uji keseragaman data dilakukan dengan menentukan Batas Kontrol Atas (BKA) dan Batas Kontrol Bawah (BKB) dari data-data yang terkumpul. Jika terdapat data-data yang berada di luar batas-batas kendali, data tersebut akan dihapus, kemudian BKA dan BKB akan dihitung kembali. Rumus penentuan BKA dan BKB adalah sebagai berikut:

$$BKA = \bar{X} + k \cdot \sigma$$

$$BKB = \bar{X} - k \cdot \sigma$$

Keterangan :

BKA = batas kontrol atas

BKB = batas kontrol bawah

\bar{x} = nilai rata-rata

K = tingkat keyakinan

σ = standart deviasi

3.6. Pembuatan Rumah Kualitas (*House of Quality*)

Setelah data sudah terkumpul dan diolah, maka selanjutnya yaitu pembuatan Rumah Kualias (*House of Quality*). Langkah-langkah pembuatan rumah kualitas yaitu :

1. Menentukan *Voice of Customer*
2. Menentukan *Respon Teknis*
3. Menentukan *Relationship Matriks*
4. Menentukan *Planning Matriks*
5. Menentukan *Technical Korelasi*
6. Menentukan *Technical Matriks*

3.7. Survet awal

Penelitian pada tahap awal ini dilakukan dengan cara melakukan penyebaran kuisisioner terbuka terhadap pengguna Songkok President putra. Dimana cara tersebut dilakukan untuk mengetahui kondisi dan masalah apa yang dihadapi oleh konsumen terhadap Songkok tersebut, dan juga untuk mengidentifikasi kebutuhan kosumen terhadap Model Songkok yang diinginkan. Data hasil kuisisioner terbuka tersebut akan dipertimbangkan untuk menyusun kuisisioner pada tahap model Kano.

3.8. Analisa dan Interpretasi Data

Pada tahap ini akan diuraikan mengenai alasan dan interpretasi terhadap pengolahan data yang telah diperoleh sehingga dapat dianalisa dan diinterpretasikan hasilnya.

3.9. Kesimpulan dan Saran

Sebagai langkah terakhir dari penelitian adalah menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya serta saran untuk perusahaan tempat melakukan penelitian sebagai masukan-masukan untuk memperbaiki kekurangan yang ada pada perusahaan tersebut supaya diperoleh suatu manfaat dari penelitian ini.

4. Pengumpulan dan Pengolahan Data

4.1. Pengumpulan Data Atribut

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data-data yang diperlukan dalam penelitian

untuk membantu perancangan desain tas. Data ini diperoleh dari penyebaran kuisisioner pendahuluan kepada 30 responden. Hal ini dilakukan untuk memperoleh data berupa atribut-artibut yang diinginkan atau diharapkan oleh konsumen dari produk tas. Berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner pendahuluan.

4.2 Pengumpulan Data Kepentingan dan Kekuasaan

Dalam pengumpulan data ini dilakukan melalui penyebaran kuisisioner kepada 100 responden yang mengetahui produk UD. President putra, teknis pengumpulan yang digunakan secara umum adalah sebagai berikut

4.3. Importance to Customer

Berfungsi untuk menunjukkan tingkat kepentingan masing-masing atribut. untuk memperoleh *importance to customer* ini diperoleh dari pengumpulan data dari hasil kuisisioner tingkat kepentingan dengan rumus sebagai berikut :

$$\frac{\text{PerformanceWeight}}{N}$$

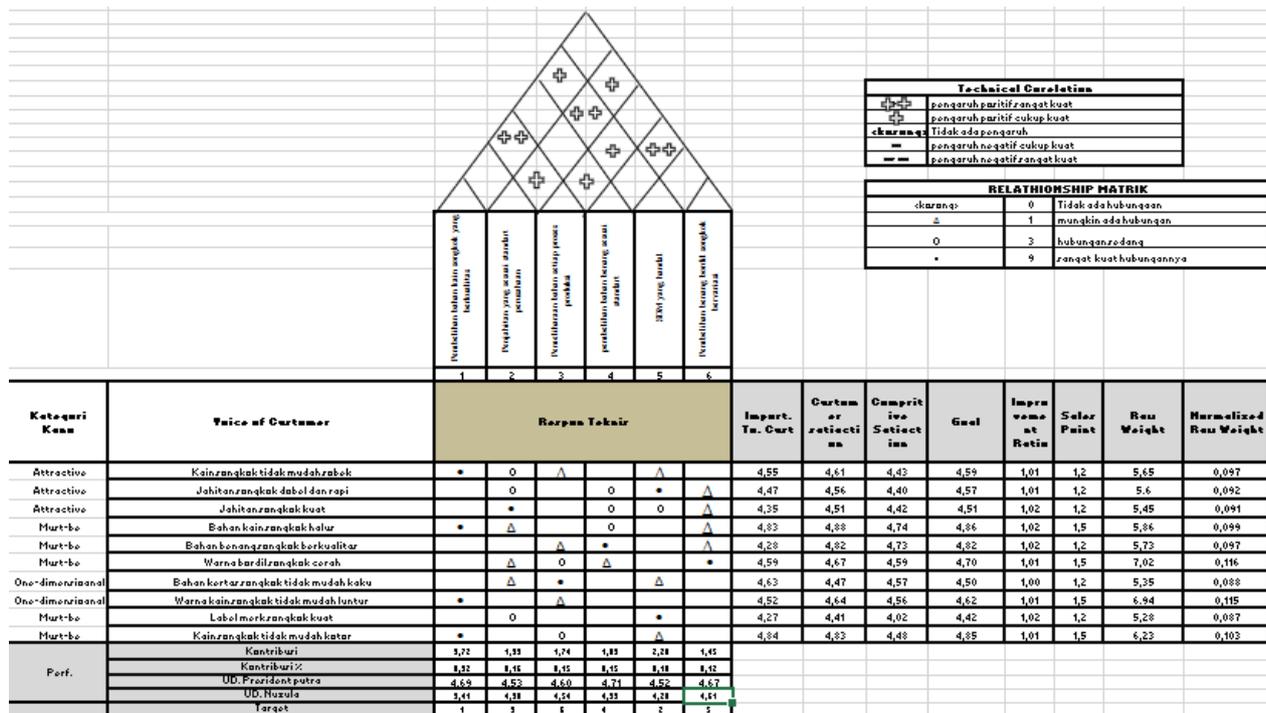
Tabel 4.5. Urutan Tingkat Kepentingan Atribut & Nilai *Improvement Ratio*

No	Atribut	r Hitung	r Tabel	Ket.
1.	Kain tidak mudah sobek	0,384	0,22	Valid
2.	Jahitan dobel dan rapi	0,236	0,22	Valid
3.	Jahitan kuat	0,276	0,22	Valid
4.	Kain atau bahannya halus	0,436	0,22	Valid
5.	Bahan benang songkok berkualitas	0,422	0,22	Valid
6.	Warna bordil cerah	0,223	0,22	Valid
7.	Bahan kertas songkok tidak mudah kaku	0,373	0,22	Valid
8.	Warna kain tidak mudah luntur	0,334	0,22	Valid
9.	Label merk songkok kuat	0,315	0,22	Valid
10.	Kain songkok tidak mudah kotor	0,301	0,22	Valid

(Sumber: Data diolah)

4.4 House of Quality

Dari hasil perhitungan diatas kemudian disusun sebuah rumah kualitas. Gambar dari rumah kualitas (*House of Quality*) adalah sebagai berikut :



4.5. Pengolahan Data Model Kano

Pada tahap ini langkah awal yang dilakukan yaitu penyebaran kuisiomer Kano terhadap 90 responden. Dimana dalam kuisiomer Kano dibagi menjadi 2 klasifikasi yaitu Fungsional dan Disfungsional serta atribut-atribut kuisiomer diperoleh dari pertimbangan hasil dari kuisiomer awal yaitu kuisiomer terbuka. Data yang telah dikumpulkan melalui kuisiomer yang telah diisi oleh para responden terhadap pertanyaan fungsional dan disfungsioanl digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan kedalam kategori-kategori Kano. Namun sebelumnya dilakukan perhitungan uji validitas dan reliabilitas terhadap hasil kuisiomer tersebut.

5. Analisa dan Interpretasi Data

5.1. Analisia Kategori Kano

Tabel dibuat berdasarkan hasil pengkategorian atribut yang sudah dikategorikan sesuai dengan kategori Kano. Berikut ini adalah hasil pemetaan atribut pernyataan dengan kategori Kano:

1. Kategori Must-be

Kebutuhan ini sangat mendasar karena tidak diungkapkan secara langsung oleh para pelanggan. Namun, kebutuhan ini harus diidentifikasi karena sangatlah penting bagi pelanggan. Kebutuhan ini diperkirakan ada pada produk/layanan. Jika

produk/layanan tidak dapat memenuhi kebutuhan ini, pelanggan akan merasa sangat tidak puas. Kebutuhan ini harus dipelajari dari keluhan yang didapat dari para pelanggan.

Atribut yang masuk kedalam kategori Must-be antara lain:

- a. Kain bahannya halus
- b. Bahan benang songkok berkualitas
- c. Warna bordil cerah
- d. Label merk kuat
- e. Kain songkok tidak mudah kotor

5.2. Analisa Prioritas Kebutuhan Pelanggan

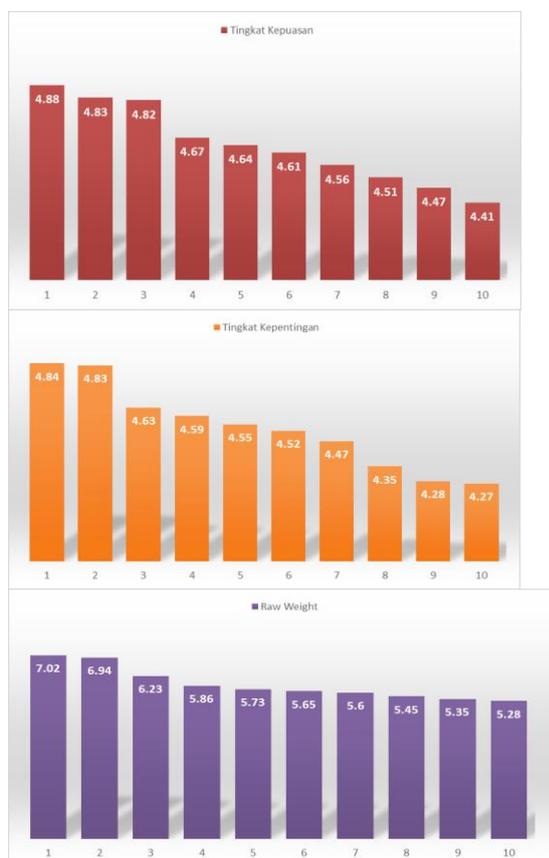
Matriks perencanaan dan rumah kualitas yang telah dibentuk akan terdapat prioritas kepentingan konsumen. Bagian ini berisi nilai-nilai yang menentukan untuk atribut-atribut keinginan-keinginan apa yang paling penting bagi konsumen. Berikut ini akan menjelaskan urutan prioritas keinginan konsumen menurut tingkat kepuasan, tingkat kepentingan dan bobot tiap atribut. Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk songkok di UD. President putra dinyatakan dalam dua bagian, yaitu penilaian terhadap tingkat kepuasan yang diterima oleh konsumen di UD. President putra dan tingkat kepuasan pesaing.

Jika nilai kepuasan terhadap atribut rendah, maka konsumen belum merasa akan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Begitu juga sebaliknya, apabila nilai dari suatu atribut besar, maka konsumen akan merasa

puas dan mereka tidak mungkin memilih pelayanan yang diberikan oleh pesaingnya. Dari atribut-atribut yang mempunyai nilai jelek akan perlu untuk dilakukan perbaikan.

Agar lebih jelas lihat gambar 5.1. Dalam tabel dibawah ini terdapat urutan prioritas tingkat kepuasan konsumen terhadap sesuatu atribut. Untuk kriteria-kriteria tersebut dimulai dari atribut yang mempunyai nilai kepuasan yang paling tinggi ke rendah. Adapun urutannya sebagai berikut:

1. Kain atau bahanya halus
2. Kain songkok tidak mudah kotor
3. Bahan benang songkok berkualitas
4. Warna bordil cerah
5. Warna kain songkok tidak mudah luntur
6. Kain songkok tidak mudah sobek
7. Jahitan songkok dobel dan rapi
8. Jahitan songkok kuat
9. Bahan kertas songkok tidak mudah kaku
10. Label merek kuat



5.3. Analisa Matrik Hubungan

Matrik ini menjelaskan tentang hubungan antara matrik dalam Voice of Customer dengan respon teknis, sehingga dihasilkan simbol-simbol yang mempunyai nilai dan nilai tersebut tergantung dari seberapa kuat hubungannya.

1. Kain songkok tidak mudah sobek sangat kuat dengan pembelian bahan kain songkok yang berkualitas dan hubungan sedang dengan penjahitan yang sesuai dengan standart perusahaan serta mungkin ada hubungan di SDM yang handal.
2. jahitan songkok dobel dan rapi hubungan sedang dengan penjahitan yang sesuai standart perusahaan dan sangat kuat SDM yang handal dan mungkin ada hubungan dengan pembelian benang bordil songkok bervariasi.
3. Jahitan songkok kuat sangat kuat dengan penjahitan sesuai standart perusahaan dan hubungan sedang dengan SDM yang handal dan mungkin ada hubungan dengan pembelian benang bordil songkok bervariasi.
4. Bahan kain songkok halus sangat kuat dengan pembelian bahan kain songkok yang berkualitas dan mungkin ada hubungan penjahitan yang sesuai standart perusahaan.
5. Bahan benang songkok berkualitas mungkin ada hubungan dengan pemeliharaan setiap proses produksi dan sangat kuat pembelian benang sesuai standart dan mungkin ada hubungan dengan pembelian benang bordil songkok bervariasi.
6. Warna bordil cerah mungkin ada hubungan dengan pemeliharaan bahan setiap proses produksi dan mungkin ada hubungan pembelian bahan benang sesuai standart, dan sangat kuat SDM yang handal dan hubungan kuat dengan pembelian benang bordil songkok bervariasi.
7. Bahan kertas songkok tidak mudah kaku mungkin ada hubungan dengan penjahitan yang sesuai standart perusahaan, dan sangat kuat pemeliharaan bahan setiap proses produksi dan mungkin ada hubungan SDM yang handal.
8. Warna kain songkok tidak mudah luntur sangat kuat pembelian bahan kain songkok yang berkualitas.
9. Label merk songkok kuat hubungan sedang dengan penjahitan yang sesuai standart perusahaan dan sangat kuat SDM yang handal.
10. Kain songkok tidak mudah kotor sangat kuat pembelian bahan kain songkok yang berkualitas dan mungkin ada hubungan dengan SDM yang handal.

6. Kesimpulan dan Saran

6.1. Kesimpulan

Pada tahapan ini di jelaskan tentang kesimpulan yang dapat diambil untuk penelitian yang berjudul “Analisa Kualitas Layanan Dengan Model Kano Dan Quality Function Deployment (QFD) Pada UD. President putra”. Berdasarkan analisa dan evaluasi yang dilakukan dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk songkok pada UD. President putra jasa saat ini dapat dilihat dari tingkat kepuasannya, tapi ada beberapa atribut yang harus di perbaiki dilihat dari nilai normalisasi raw weight yang tinggi agar dapat memenuhi keinginan konsumen.

2. Atribut kualitas produk yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan Produk songkok UD. President putra dapat dilihat pada tingkat kepentingan yaitu:

- a. Bahan kain songkok halus (4,87)
- b. Kain songkok tidak mudah kotor (4,82)
- c. bahan benang songkok berkualitas (4,80)
- d. warna bordil songkok cerah (4,68)
- e. Warna kain songkok tidak muah luntur (4,63)
- f. Kain songkok tidak mudah sobek (4,60)
- g. Jahitan songkok dobel dan rapi (4,58)
- h. Jahitan songkok kuat (4,52)
- i. Bahan kertas songkok tidak mudah kaku (4,48)
- j. Lebel merk songkok kuat (4,45)

3. Metode Kano digunakan untuk mengkategorikan Atribut sesuai Kategori Kano yang di selesaikan dengan metode QFD. Didapat dari hasil analisa metode Kano dalam mengkategorikan atribut kedalam kategori kano, yaitu:

a. Atribut dalam (Attractive) yaitu:

1. Kain tidak mudah sobek (Attractive)
2. Jahitan dobel dan rapi (Attractive)
3. Jahitanya kuat (Attractive)

b. Atribut dalam (Must-be) yaitu:

1. Kain atau bahanya halus (Must-be)
2. Bahan benang songkok berkualitas (Must-be)
3. Warna bordil cerah (Must-be)
4. Label merk kuat (Must-be)
5. Kain songkok tidak mudah kotor (Must-be)

c. Atribut dalam (One-dimensioanal) yaitu:

1. Bahan kertas tidak mudah kaku (One-dimensioanal)

2. Warna kain songkok tidak mudah luntur (One-dimensioanal)

4. Metode Quality Function Deployment (QFD) dapat menjelaskan sebagai alat bantu untuk mengetahui dan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen, serta dapat juga di gunakan sebagai alat pemberi informasi dalam mengidentifikasi produk/jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Atribut-atribut kriteria untuk produk songkok UD. President putra kemudian dilakukan perhitungan dengan membuat rumah kulitas.

Dari hasil perhitungan Normalisasi Raw Weight diperoleh urutan atribut yang mempengaruhi kualitas jasa produk songkok UD. President putra menurut voice of customer yang harus diperhatikan oleh pihak perusahaan JNE Express antara lain Warna bordil songkok cerah (0,116), Warna kain songkok tidak mudah luntur (0,115), Kain songkok tidak muah kotor (0,103), Bahan kain songkok halus (0,099), Bahan benang songkok berkualitas (0,097), Kain songkok tidak mudah sobek (0,094), Jahitan songkok dobel dan rapi (0,093), Jahitan songkok kuat (0,092), Bahan kertas songkok tidak muah kaku (0,088), Label merk songkok kuat (0,087).

Faktor-faktor yang menjadi technical response dalam memperbaiki kualitas produk songkok UD. President putra berdasarkan house of quality adalah pembelian bahan kain songkok yang berkualitas, penjahitan yang sesuai standart SNI, pemeliharaan bahan setiap proses produksi, pembelian bahan benang sesuai standart, SDM yang handal.

4. Berdasarkan hasil analisa pengolahan data di bab V maka penulis merekomendasikan usulan perbaikan pada:

1. Warna bordil songkok cerah (0,116)
 - Pembelian bahan benang sesuai standart
- Dengan melakukan pembelian benang sesuai standart maka kualitas dari produk tersebut sudah pasti bermutu dan menjamin keawetan bagi benang tersebut.
- Penjahitan yang sesuai standart perusahaan

Dalam setiap proses produksi songkok ada dimana dilakukan dengan kesesuaian penjahitan yang sesuai standart perusahaan, oleh karna itu penjahitan songkok tersebut harus melalui ketetapan penjahitan yang sesuai pengaturan perusahaan.

- SDM yang handal

SDM yang handal merupakan hal terpenting dalam proses produksi karna pembuatan songkok di lakukan dengan 2 tahap yaitu manual dan mesin khususnya bordil.

- Pembelian benang bordil songkok bervariasi

Pembelian bahan benang bordil yang dilakukan perusahaan itu sangat bervariasi akan dapat memberi pemilihan model warna benang bordil

2. Warna kain songkok tidak mudah luntur (0,115)

- Pembelian bahan kain songkok yang berkualitas

Pembelian merupakan hal terpenting karena bahan utama pembuatan adalah pembelian bahan kain tersebut yang tetntunya berkualitas

3. Kain songkok tidak muah kotor (0,103)

- Pembelian bahan kain songkok yang berkualitas

Pembelian merupakan hal terpenting karena bahan utama pembuatan adalah pembelian bahan kain tersebut yang tetntunya berkualitas

- SDM yang handal

SDM yang handal merupakan hal terpenting dalam proses produksi karna pembuatan songkok di lakukan dengan 2 tahap yaitu manual dan mesin khususnya bordil.

4. Bahan kain songkok halus (0,099)

- Pembelian bahan kain songkok yang berkualitas

Pembelian merupakan hal terpenting karena bahan utama pembuatan adalah pembelian bahan kain tersebut yang tetntunya berkualitas

- Penjahitan yang sesuai standart perusahaan

Dalam setiap proses produksi songkok ada dimana dilakukan dengan kesesuaian penjahitan yang sesuai standart perusahaan, oleh karna itu penjahitan songkok tersebut harus melalui ketetapan

penjahitan yang sesuai pengaturan perusahaan.

Adapun usulan perbaikan yang dapat diberikan adalah ukuran songkok tidak sesuai, jadi apabila konsumen ingin menukar songkok dapat menghubungi pihak UD. President putra untuk menukar produk yang dibeli hal tersebut mampu memberikan nilai tambah.

6.2. Saran

6.2.1. Untuk Perusahaan

UD. President putra harus lebih memperhatikan atribut-atribut yang mempunyai tingkat kepuasan yang rendah, sehingga dapat memenuhi kepuasan konsumen. Untuk mendapatkan hasil pengembangan produk/jasa yang memuaskan, maka perusahaan harus memperhatikan beberapa hal, yaitu: faktor manajemen pengembang produk/jasa juga komplain-komplain dari konsumen. Sehingga perusahaan dapat mengetahui seberapa jauh tingkat pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

6.2.2. Untuk Penelitian Selanjutnya

Sebagai peneliti, mungkin penelitian ini masih dari kata sempurna namun diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sedikit masukan, saran dari peneliti semoga bermanfaat dan berguna. Bagi para peneliti yang menggunakan metode ini, diharapkan lebih disempurnakan lagi dalam menentukan atribut yang ada guna meningkatkan kualitas produk songkok. Dalam laporan ini peneliti menggunakan Metode Kano dan Quality Function Deployment (QFD) di UD. President putra untuk menyelesaikan permasalahan.

7. Daftar Pustaka

- Ardihyani, N. (2009). *Integrating Serqual with Kano Into Quality function Deployment (QFD) For Better Quality of Service (Case Study: PT. Pos Indonesia)*. Institut sepuluh November: Jurnal Teknik Industri. Surabaya.
- Akao, Y. (1990). *Quality Function Deployment: Integrating Customer Requirements into Product Design*. Translated by Glenn H. Ty Press.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan praktek*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Cohen, L. (1995). *Quality Function Deployment: How to Make QFD Work for*

- You. United States of America: Addison Wisley Pubhllising.*
- Endah, U. (2015). *Pendekatan model kano pada quality functional development untuk perbaikan kualitas kegiatan belajar mengajar.* Jurnal Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- FatimatuZZahra, M. (2018). *Analisa Kualitas Layanan dengan Model Kano dan Quality Function Deployment.* Skripsi: Universitas Muhammadiyah Gresik. Gresik.
- Foster, S, T. (2007). *Managing Quality ; An Integrative Approach.* Third sediton New Jersey :Pearson Eductio, Inc.
- Groth, M. (2008). *Pengetesan dan Pemeriksaan Psikologi.* Jilid 1. PT Indeks. Jakarta.
- Gaspersz (2002). *Manajemen kualitas.* PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Jayati Wilar, 2013, "Perencanaan Kualitas Layanan Jasa Jimmy's Pub dengan Serqual Method, Kano Model, metode *Quality Function Deployment (QFD)*", Universitas Trunojoyo, Madura.
- Jayanti, Yenny Novi, 2013, "Peningkatan kualitas layanan pengujian data kalibrasi peralatan kesehatan menggunakan *intregrasi serqual method, kano model dan quality function deployment (QFD)*". Universitas Indonesia, Jakarta.
- Kano, N. (1984). *Attractive Quality and Must-be Quality. The jurnal of japanese socity for quality contro, Vol. 2, No 2., Japanese.*
- Kotler, P. (1994). *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation, and Control.* Prentice-Hall, Inc. New Jersey.
- Mafazah, N. (2014). Penerapan Metode *Quality Function Deployment* untuk pengembangan desain motif batik khas Kalimantan timur. Jurnal Politeknik negeri samarinda. Kalimantan.
- Ramandhani, Y. (2015). *Peningkatan Kualitas Layanan Menggunakan Metode Quality Function dan Kano.* Universitas Muhammadiyah Malang. Malang,
- Singgih, M, L. (2014). *Pengembangan model integrasi Kano untuk optimasi kepuasan konsumen.* Jurnal ITS.
- Santoso, S. (2002). *Konsep dan Aplikasi dengan SPSS.* PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sumaryono. (2013). *Analisis Kualitas Jasa Layanan Pencucian Mobil dengan Metode Servqual, Kano dan AHP di Paddock Gresik.* Skripsi: Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Supranto. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikan Pangsa Pasar.* Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.
- Suryani. (2008). *Implikasi Pada Strategi Pemasaran.* Graha Ilmu Perilaku Konsumen. Yogyakarta.
- Tan, K.C. and T.A. Pawitra, (2001). *Integrating Servqual and Kano's Model into QFD for Service Excecelent Development.* Managing Service Quality.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran.* Edisi III. Yogyakarta: Andi offset.
- Umarto. (2014). *Analisa Layanan Tenaga Pendidik dan Kependidikan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Metode Servqual dan Quality Function Deployment (QFD) di SMK PGRI Gresik.* Skripsi: Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Ulrich Karl, & Steven D. Eppinger, (2001). *Perancangan & Pengembangan Produk.* Salemba Teknika, Jakarta.
- Walpole, R. (1995). *Pengantar statistika,* edisi ke 3. Penerbit PT.Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa.* Edisi 2 Cetakan 1. PT. Indeks. Jakarta.
- Walden, D. (1993). *A special issue on kano's methods for understanding customer defind quality, Vol 1, No 1-3. The center for quality of manajemen journal.*