

**PERBAIKAN KUALITAS PRODUK RAJUT
DENGAN MENGGUNAKAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT*
(QFD) DI CV. SALWA KNIT BANDUNG**

Julian Rebecca

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Ilmu komputer, Universitas Komputer
Indonesia

Jl. Dipati Ukur no. 102-116, Bandung (40132), Bandung.

*Email: julian_robecca@email.unikom.ac.id

Abstrak

Konveksi rajut Our merupakan salah satu konveksi rajut yang berada di sentra konveksi rajut kawasan Binong Jati Bandung yang mana produk dipasarkan baik untuk lokal maupun ekspor. Namun demikian kualitas dari produk yang dihasilkan kadang-kadang belum stabil. Untuk itu perlu dilakukan tindakan agar selalu menghasilkan produk yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dari 15 pernyataan yang ditanyakan kepada konsumen, ada beberapa pernyataan yang bernilai negatif, artinya beberapa variabel pernyataan tersebut belum dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Ini terlihat dari hasil yang diperoleh berdasarkan perhitungan Gap 1 (kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan konsumen dengan harapan konsumen) pada variabel pernyataan ke-3, 9, 14 dan Gap 5 (kesenjangan antara persepsi konsumen dan harapan konsumen) pada variabel pernyataan ke-5, 7, 9, 13, 15. Variabel-variabel pernyataan yang belum dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen diperbaiki dengan menggunakan konsep pertama dari QFD yaitu House of Quality (HoQ). Hasil HoQ memperlihatkan bahwa ada 13 peringkat berdasarkan prioritas mengenai karakteristik teknis yang harus diperbaiki. Perbaikan-perbaikan yang diberikan diharapkan dapat meningkatkan kualitas dari baju rajut dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen, sehingga kepuasan para pengguna baju rajut Our bisa selalu terwujud dan produk baju rajut Our dapat bersaing di pasaran.

***Kata kunci:** HoQ, kualitas, kepuasan konsumen, QFD (min. 3, maks. 5 kata, sesuai urutan abjad)*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kualitas merupakan peranan yang penting dalam suatu produk. Perubahan dan perbedaan pendapat yang diinginkan atau dibutuhkan konsumen yang berbeda-beda membuat kualitas selalu dijadikan prioritas penting. Sejauh ini, konsep kualitas bukan hanya membahas tentang bagaimana produk yang dihasilkan dapat berkualitas di mata konsumen. Akan tetapi, saat ini konsep kualitas sudah menyebar ke dalam lini manajemen.

Penelitian ini dilakukan di konveksi rajut our yang bertempat di jalan Binong Jati kota Bandung. Perusahaan yang bergerak di bidang produksi jaket rajut ini bertujuan untuk mencukupi kebutuhan konsumen di tingkat nasional karena kawasan Binong Jati sendiri sudah menjadi central konveksi rajut di Indonesia. Dimana produk yang di hasilkan sebagian besar dipasarkan di pasar lokal sebanyak 80% dan ekspor 20%. Perusahaan ini memiliki permintaan yang cukup banyak setiap tahun. Hal inilah yang menjadikan acuan untuk peneliti agar bias menghasilkan produk yang berkualitas dan kebutuhan konsumen terhadap produk perusahaan tetap tinggi.

Akan tetapi permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan ini adalah kurangnya perhatian perusahaan tentang menjaga kualitas dari produk yang dihasilkan, mulai dari hal yang mendasar hingga ke hal yang paling penting untuk dilakukan dalam produksi jaket rajut tersebut sehingga dampak dari hal tersebut adalah konsumen yang kurang puas dengan produk yang dihasilkan perusahaan dapat beralih ke produk sejenis atau pesaing. Maka langkah yang paling baik adalah memperbaiki kinerja dari awal produksi sehingga konsumen dapat menerima produk dengan puas karena kebutuhan mereka terpenuhi.

1.2 Perumusan Masalah

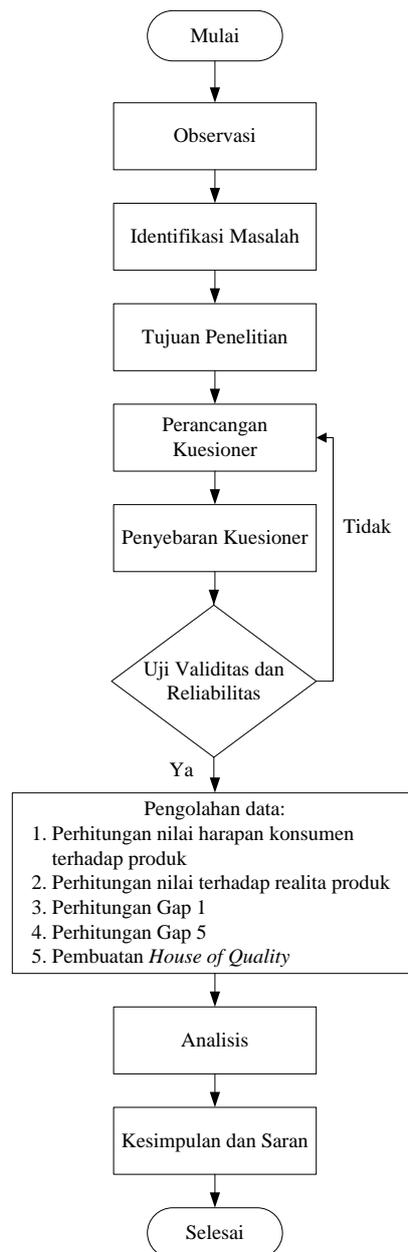
Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan yang timbul di perusahaan konveksi rajut Our adalah bagaimana upaya meningkatkan kualitas produk dari konveksi our.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini adalah membuat sebuah rancangan perbaikan kualitas produk sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD).

2. METODOLOGI

Agar penelitian berjalan secara sistematis langkah-langkah pemecahan masalah yang akan digunakan dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Flowchart pemecahan masalah

Berikut tentang penjelasan dari masing-masing proses yang ada pada *flowchart* diatas.

- Observasi, merupakan suatu pengamatan pada objek penelitian yang dilakukan di tempat konveksi jaket rajut Our.
- Identifikasi masalah dan perumusan masalah bagaimana usulan perbaikan produk dari konveksi rajut Our.
- Tujuan penelitian adalah membuat sebuah rancangan perbaikan kualitas produk sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD).
- Perancangan kuesioner merupakan langkah awal sebelum melakukan observasi kuesioner yang digunakan menyajikan pernyataan kepada responden dengan pilihan jawaban skala likert.
- Penyebaran kuesioner inti dengan pengambilan sampel dengan tingkat kesalahan (α) 5% adalah sebanyak 100 orang konsumen dan 100 data konsumen untuk produk pesaing.
- Uji validitas dan reliabilitas terhadap instrument pernyataan dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS
- Pengolahan data yang dilakukan yaitu melakukan perhitungan nilai harapan konsumen, nilai realitas kualitas produk oleh konsumen, perhitungan Gap 1 dan Gap 5, menentukan pernyataan yang diklasifikasikan untuk dilakukan perbaikan dengan menggunakan HoQ.
- Analisis dilakukan untuk mendapatkan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk memperbaiki pernyataan-pernyataan yang belum dapat memenuhi kebutuhan konsumen.
- Kesimpulan berdasarkan dari analisis yang dilakukan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah tabel rekapitulasi hasil penyebaran kuesioner dari penilaian oleh konsumen mengenai harapan mereka terhadap produk rajut dan realita produk rajut yang mereka rasakan, penilaian persepsi manajemen mengenai harapan konsumen terhadap produk rajut, perhitungan Gap 1 (kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan konsumen dengan harapan konsumen) dan Gap 5 (kesenjangan antara persepsi konsumen dan harapan konsumen).

Tabel 1. Rekapitulasi hasil kuisioner

| Pernyataan | Ekspektasi | Kenyataan | Persepsi Manajemen | Gap 1 | Gap 5 |
|--|------------|-----------|--------------------|-------|-------|
| 1. Dapat menghangatkan tubuh anda | 4,01 | 4,10 | 4,50 | 0,49 | 0,09 |
| 2. Terbuat dari bahan yang lembut | 4,01 | 4,02 | 4,20 | 0,19 | 0,01 |
| 3. Terdapat tempat penyimpanan (kantong saku). | 4,07 | 4,09 | 4,00 | -0,07 | 0,02 |
| 4. Terdapat bermacam warna | 3,95 | 3,95 | 4,00 | 0,05 | 0,00 |
| 5. Dapat digunakan disemua cuaca. | 4,06 | 4,02 | 4,50 | 0,44 | -0,04 |
| 6. Cocok digunakan dengan pakaian mana saja | 3,94 | 4,03 | 4,00 | 0,06 | 0,09 |
| 7. Ukuran sweater sesuai dengan standar ukuran pada umumnya. | 3,99 | 3,97 | 4,00 | 0,01 | -0,02 |
| 8. Warna sweater sesuai dengan warna sesungguhnya. | 3,92 | 3,98 | 4,00 | 0,08 | 0,06 |
| 9. Awet, dapat bertahan dalam jangka waktu lama (1-2 tahun). | 4,19 | 4,06 | 4,00 | -0,19 | -0,13 |
| 10. Warna tidak mudah luntur. | 3,93 | 3,93 | 4,30 | 0,37 | 0,00 |

| | | | | | |
|--|------|------|------|-------|-------|
| 11. Mudah ketika dicuci | 3,91 | 3,97 | 4,00 | 0,09 | 0,06 |
| 12. Mudah diperbaiki apabila sobek atau rusak | 3,82 | 3,98 | 4,20 | 0,38 | 0,16 |
| 13. Dapat meningkatkan percaya diri saat dipakai | 3,91 | 3,89 | 4,00 | 0,09 | -0,02 |
| 14. Model sweater menarik. | 3,90 | 3,96 | 3,00 | -0,90 | 0,06 |
| 15. Merek yang digunakan membuat percaya diri | 3,99 | 3,93 | 4,30 | 0,31 | -0,06 |

Pada hasil pengolahan data terlihat bahwa pada GAP 1 variabel 1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13, dan 15 mendapatkan nilai positif, Hasil tersebut menjelaskan bahwa pihak manajemen sudah dapat mempersepsikan kebutuhan pelanggannya, sedangkan pada variabel 3, 9 dan 14 mendapatkan nilai negatif yang menjelaskan bahwa penilaian dari manajemen terhadap kebutuhan atau kepentingan pelanggannya belum sesuai dengan harapan konsumen. Untuk GAP 5 variabel 1, 2, 3, 4, 6, 8, 10, 11, 12, dan 14 mendapatkan nilai positif, hal ini menjelaskan bahwa pada bagian variabel tersebut konsumen merasa puas terhadap produk sweater rajut Our. Sebaliknya untuk variabel 5 7 9 13 dan 15, bernilai negatif, ini menunjukkan bahwa konsumen kurang puas terhadap produk sweater rajut Our pada bagian variable-variabel tersebut.

Pada HoQ berdasarkan tingkat kepentingan absolute yang telah diurutkan dari yang terbesar diperoleh diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Peringkat 1 yaitu aspek teknis mengenai varian warna, aspek teknis ini berpengaruh terhadap 6 variabel kuisioner. Dilihat dari karakteristik produk pesaing, varian warna yang ditawarkan produk pesaing masih kurang dibandingkan produk objek penelitian.
2. Peringkat 2 yaitu aspek teknis mengenai desain produk mengikuti tren zaman. Dilihat dari karakteristik produk pesaing, produk pesaing juga mengikuti desain dengan zaman masa kini.
3. Peringkat 3 yaitu aspek teknis mengenai benang wol berkualitas tinggi (super A). Dilihat dari karakteristik produk pesaing, produk pesaing belum menggunakan benang wol kualitas super A.
4. Peringkat 4 yaitu aspek teknis menggunakan benang wol jenis rayon. Dilihat dari karakteristik produk pesaing, produk pesaing sama menggunakan jenis benang rayon.
5. Peringkat 5 yaitu aspek teknis mengenai pewarna pakaian dylon berkualitas tinggi. Dilihat dari karakteristik produk pesaing, produk pesaing menggunakan pewarna berkualitas tinggi yang sama yaitu dylon.
6. Peringkat 6 yaitu aspek teknis mengenai kain lentur dan lembut. Dilihat dari karakteristik produk pesaing, jenis kain produk pesaing kurang lentur dan lembut menunjukkan produk pesaing kalah lentur dan lembut dari produk objek penelitian.
7. Peringkat 7 yaitu aspek teknis mengenai ketebalan kain 5,mm. Dilihat dari karakteristik produk pesaing, ketebalan produk pesaing masih dibawah produk objek penelitian yaitu 4 mm.
8. Peringkat 8 yaitu aspek teknis mengenai jahitan tidak dipermanenkan. Dilihat dari karakteristik produk pesaing, produk pesaing sama menggunakan jenis jahitan model tidak permanen.
9. Peringkat 9 yaitu aspek teknis mengenai merek mudah diingat. Dilihat dari karakteristik produk pesaing, merek produk pesaing dan produk objek penelitian sama-sama mudah diingat dan terkenal dipasaran.
10. Peringkat 10 yaitu aspek teknis mengenai benang ber diameter 0,3 mm. Dilihat dari karakteristik produk pesaing, diameter benang sama-sama berdiameter 0,3 mm
11. Peringkat 11 yaitu aspek teknis mengenai merek terkenal. Dilihat dari karakteristik produk pesaing, merek yang digunakan sama-sama sudah terkenal di pasaran.
12. Peringkat 12 yaitu aspek teknis mengenai tekstur jahitan berpori-pori rapat (1,mm) . Dilihat dari karakteristik produk pesaing, sama-sama bertekstur jahitan berpori-pori rapat (1mm).
13. Peringkat 13 yaitu aspek teknis mengenai berukuran standar internasional. Dilihat dari karakteristik produk pesaing, satuan ukuran sudah menggunakan skala ukuran internasional.

4. KESIMPULAN

Dari analisis HoQ yang telah dibuat, adapun usulan perbaikan yang diberikan terhadap produk *sweater* rajut Our adalah sebagai berikut:

1. Peringkat 1 yaitu aspek teknis mengenai memberikan banyak varian warna, saran yang diberikan yaitu harus lebih memperbanyak varian warna lagi hal ini untuk mengantisipasi perpindahan konsumen terhadap produk pesaing.
2. Peringkat 2 yaitu aspek teknis mengenai model rajut mengikuti zaman, saran yang diberikan untuk aspek teknis ini yaitu jadikanlah produk sweater rajut OUR sebagai produk pertama yang selalu mengikuti perkembangan zaman, ini akan menjadikan produk OUR sebagai leader di pasaran.
3. Peringkat 3 yaitu aspek teknis mengenai benang wol berkualitas tinggi (super A), saran yang diberikan yaitu pertahankan kualitas yang ada, karena jenis benang ini adalah benang terbaik yang ada sampai saat ini.
4. Peringkat 4 yaitu aspek teknis mengenai menggunakan benang woll jenis rayon, saran yang diberikan yaitu pertahankan kualitas yang ada, karena pengguna atau konsumen produk rajut pada umumnya menyukai produk yang berbahan benang woll jenis rayon.
5. Peringkat 5 yaitu aspek teknis menggunakan pewarna pakaian dylon berkualitas tinggi, saran yang diberikan yaitu pertahankanlah kualitas yang ada, karena pewarna pakaian yang paling bagus yaitu pewarna pakaian jenis dylon.
6. Peringkat 6 yaitu aspek teknis mengenai kain lentur dan lembut, saran yang diberikan untuk aspek ini yaitu dengan meningkatkan kualitas, dengan mengatur kerapatan jahitan yang optimal sehingga dapat menjadikan kain lembut dan tidak kaku ketika dipakai..
7. Peringkat 7 yaitu aspek teknis mengenai ketebalan kain 5mm, saran yang diberikan yaitu pertahankan kualitas yang ada, karena dilihat di pasaran, konsumen lebih memilih sweater rajut yang berkain tebal, hal ini dikarenakan kondisi atau cuaca, dan biasanya sweater kebanyakan digunakan pada malam hari.
8. Peringkat 8 yaitu aspek teknis mengenai jahitan tidak dipermanenkan, saran yang diberikan yaitu pertahankan yang sudah ada, dengan jahitan yang tidak permanen, maka produk tersebut akan mudah diperbaiki jika mengalami sobek atau kerusakan.
9. Peringkat 9 yaitu aspek teknis mengenai merek gampang diingat, saran untuk aspek teknis ini yaitu dengan meningkatkan promosi pemasaran supaya merek lebih terkenal dan gampang diingat oleh konsumen yang akan membeli sweater rajut.
10. Peringkat 10 yaitu aspek teknis mengenai benang wol berdiameter 3mm, saran yang diberikan untuk aspek ini yaitu dengan mempertahankan kualitas yang sudah ada, karena dengan menggunakan benang berdiameter 3 mm, akan membuat kain menjadi tebal.
11. Peringkat 11 yaitu aspek teknis mengenai merek terkenal, saran yang diberikan untuk aspek ini yaitu harus ditingkatkan lagi dalam pemasarannya, yaitu dengan membuat promosi yang semenarik-menariknya, hal ini perlu dilakukan karena banyaknya produk sweater rajut dengan bermacam merek yang ada di pasaran saat ini.
12. Peringkat 12 yaitu aspek teknis mengenai tekstur jahitan berpori-pori rapat (1mm), saran yang diberikan untuk aspek teknis ini yaitu perlu ditingkatkan lagi untuk kualitas jahitannya, yaitu dengan pengurangan cacat-cacat dalam penjahitan.
13. Peringkat 13 yaitu aspek teknis mengenai berukuran standar nasional, untuk aspek teknis ini diharapkan untuk mempertahankan kualitas yang sudah ada, supaya konsumen tidak keliru lagi dengan ukuran yang mereka butuhkan. Tentunya dengan standar internasional, konsumen sudah familiar atau terbiasa dengan ukuran sweater yang biasanya mereka beli.

DAFTAR PUSTAKA

- Cohen, Lou, 1995, *How to Make QFD Work for You*, Addison-Wesley.
- Terninko, John, 1997, *Step-by-Step QFD: Customer-Driven Product Design, Second Edition*, CRC Press
- Zeithaml, Valarie A., Parasuraman, A., Berry, Leonard L., 1990. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*, The Free Press New York.