

**PENGEMBANGAN PRODUK TAS JINJING BUTIEK MENGGUNAKAN
METODE QUALITY FUNCTION DEVELOPMENT**

Puji Setyaningsih

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardika, Surabaya,
pujisetyia@gmail.com

Agus Wahyudi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardika, Surabaya,
agus060670@gmail.com

Vira Nanda ninetha

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardika, Surabaya,
virananda96@gmail.com

Neaza Fitri Kartika

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardika, Surabaya,
neazakartika595@gmail.com

Defira Cahya

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardika, Surabaya,
defiracahya0@gmail.com

ABSTRAK

BUTIEK merupakan pemain baru dalam industri pembuatan tas jinjing. Seiring berjalannya waktu, produk BUTIEK harus dilakukan pengembangan produk yang berkontribusi untuk kelangsungan kehidupan perusahaan. Dalam pengembangan produknya, perusahaan harus melibatkan suara konsumen dalam prosesnya, sehingga Quality Function Development menjadi metode yang dipilih dalam penelitian ini. Data yang diambil berupa hasil kuesioner pada 50 orang yang berdomisili di Surabaya dan Sidoarjo. Hasil yang didapatkan berupa tingkat kepentingan atribut, tingkat prioritas kompetitif, improvement ratio analysis, raw weight, normalized raw weight, korelasi teknis, dan matriks hubungan respon teknis yang selanjutnya dimasukkan dalam House Of Quality. Kesimpulan yang dapat diambil adalah kenyamanan saat digunakan dan kekuatan strap menjadi atribut tertinggi dalam tingkat kepentingannya, warna tas merupakan atribut yang membutuhkan usaha tertinggi dalam pengembangan produk, dan respon teknis yang diutamakan dalam pengembangan produk BUTIEK adalah pemilihan material.

Kata kunci: *Pengembangan Produk, Quality Fuction Development.*

A. PENDAHULUAN

Tas jinjing telah menjadi produk konsumen yang tak terhindarkan dalam kehidupan sehari-hari. Produk ini digunakan untuk beragam keperluan dengan desain yang beraneka ragam sesuai dengan tren dan preferensi individu di tengah

persaingan pasar yang semakin sengit dan tuntutan akan produk yang ramah lingkungan (Sitio et al., 2021). Perusahaan akan sulit berkembang apabila tidak melakukan pengembangan produk dan hanya terpaku pada satu produk saja (Trenggonowati, 2017). Produsen tas anyaman plastik seperti BUTIEK perlu untuk memastikan bahwa produk-produk mereka tidak hanya memenuhi harapan pelanggan, tetapi juga mempertahankan daya saing dalam industri yang terus berubah.

Quality Function Deployment (QFD) adalah pendekatan secara mendalam yang dapat digunakan dalam proses rekayasa produk yang dirancang untuk mengintegrasikan kebutuhan pelanggan dalam tahap perancangan produk (Xu et al., 2010). Penerapan QFD dapat membantu produsen untuk lebih memahami preferensi pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Perbandingan harapan dan produk yang didapatkan oleh pelanggan disebut sebagai kepuasan pelanggan (Umar, 2005). Di dalam dunia industri tas terutama tas yang berbahan anyaman plastik, dimana inovasi dan keberlanjutan memiliki peranan yang sangat penting, penerapan QFD menjadi krusial karena melibatkan pelanggan dengan mempertimbangkan *Voice of Customer* (VOC) yang dapat menjadi acuan, bagaimana atribut yang mendekati sasaran keinginan pelanggan (Prabowo & Purwanto, 2016).

BUTIEK adalah salah satu pemain baru dalam industri tas anyaman plastik yang memadukan estetika, fungsionalitas, dan keberlanjutan dari produk-produknya. Seiring perubahan dinamis dalam keinginan pelanggan dan tuntutan pasar yang berkembang, BUTIEK perlu meningkatkan nilai produk yang dapat ditawarkan. Oleh karena itu, penerapan QFD di industri ini menjadi sangat relevan dan penting dalam menjawab perubahan pasar serta menciptakan produk lebih baik dan ramah lingkungan.

Kompetitor yang akan dipilih adalah brand produk tas bernama Flicka bags yang berasal dari Sidoarjo, Jawa Timur dan berdiri sejak tahun 2014. Brand ini menawarkan beberapa keunggulan antara lain:

- a. Exchange & Return
- b. Shipping
- c. New Arrivals Every Week
- d. Guaranteed Quality
- e. Hassle-free Shopping Experience

Studi ini bertujuan untuk mengembangkan produk tas jinjing dari BUTIEK menggunakan QFD yang memanfaatkan *Voice of Customer* untuk menafsirkan



Gambar 1: Diagram Front End QFD (Ficalora & Cohen, 2010).

kebutuhan dan keinginan konsumen menjadi karakteristik teknis yang dapat diakomodir oleh produsen (Ficalora & Cohen, 2010). (Nurchahyanie et al., 2021) berpendapat bahwa *Voice of Customer* atau bisa disimpulkan sebagai OPR (*Online Product Review*) penting untuk dipertimbangkan oleh. Dengan menggunakan QFD,

penelitian ini akan mengidentifikasi seluruh kebutuhan utama pengguna tas jinjing dan mengevaluasi seberapa penting produk tersebut dalam memenuhi atau melebihi kebutuhan konsumen itu sendiri sehingga diharapkan akan berdampak pada peningkatan penjualan dengan tujuan untuk pengembangan secara berkelanjutan (Titisari et al., 2023). Dengan penerapan QFD pada tas jinjing BUTIEK dengan mengacu pada kompetitor, BUTIEK dapat menjadi perusahaan yang memiliki nilai tambah karena memiliki keunggulan kompetitif yang produknya mampu untuk memenuhi keinginan pelanggan. (Prabowo & Zoelangga, 2019).

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dimulai dengan melakukan studi pendahuluan dengan mengobservasi produk, menentukan atribut produk dan melakukan studi literatur. Langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi variabel dan sampel penelitian yang berikutnya disusun dalam kuesioner dan disebarluaskan.

Atribut yang ditentukan adalah sebagai berikut:

No	Atribut Produk Tas
1	Volume tas
2	Desain tas
3	Warna tas
4	Pilihan model desain tas
5	Kenyamanan saat digunakan
6	Kekuatan tali
7	Bisa berdiri pada permukaan datar
8	Adanya kompartemen
9	Sistem keamanan
10	Kemudahan perawatan
11	Material produk
12	Kekuatan tas

Sampel yang diambil berjumlah 50 orang yang berdomisili di Sidoarjo dan Surabaya serta memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Berjenis kelamin wanita.
2. Berusia diatas 17 tahun.
3. Gemar berbelanja tas jinjing.

Data yang didapat berupa hasil dari tingkat kepentingan terhadap masing-masing atribut yang telah ditentukan, data kepuasan pada produk tas Butiek, dan data kepuasan pada produk kompetitor. Tahapan selanjutnya setelah mengetahui data *Relative Important Index* adalah menentukan *Technical Parameters* menggunakan *House of Quality*. HOQ memberikan penjelasan detail mengenai keterikatan antara masing-masing atribut terhadap *Technical Parameters* yang sudah ditentukan berdasarkan Karakteristik Pelanggan (What's), karakteristik teknis (How's), *relationship matrix*, dan penentuan *How Much (Goals)*, *importance rating* dan bobot kolom (Orshella et al., 2019). Berdasarkan hasil pengolahan data

akan diperoleh spesifikasi produk tas butiek yang akan dirancang sesuai dengan prioritas pengembangan target/goal dari karakteristik teknis tersebut.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah data diambil melalui kuesioner yang disebar secara acak sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan, data akan dimasukkan kedalam perencanaan untuk menyusun *House of Quality*.

Tingkat Kepentingan

Pada tahap ini, tingkat kepentingan menjadi sebuah penilaian pertama terhadap atribut mana yang harus diprioritaskan untuk dilakukan pengembangan. Nilai ini juga menentukan kualitas dari atribut yang harus dipenuhi oleh produk untuk dapat memuaskan pelanggan. Atribut “Kenyamanan saat digunakan” dan “Kekuatan strap” berada di posisi pertama dalam tingkat kepentingan dengan nilai sebanyak 4,60.

No	Atribut Produk	Nilai Tingkat Kepentingan	Rank
1	Volume Tas	4,12	10
2	Desain Tas	4,38	4
3	Warna Tas	4,48	3
4	Pilihan model desain tas	4,36	5
5	Kenyamanan saat digunakan	4,60	1
6	Kekuatan strap	4,60	1
7	Bisa berdiri pada permukaan datar	3,86	12
8	Adanya slot/ruangan tambahan	4,14	9
9	Sistem keamanan	4,34	6
10	Kemudahan perawatan	4,32	8
11	Umur produk tas	4,34	6
12	Kekuatan tas	3,96	11

Tingkat Prioritas Kompetitif

Tingkat prioritas kompetitif merupakan nilai perbandingan produk dengan kompetitor. Data ini membandingkan hasil rata-rata dari setiap atribut yang dimiliki oleh produk BUTIEK dengan kompetitor yang dapat dilihat dalam Tabel .

No	Atribut Produk	BUTIEK	FLICKA
1	Volume Tas	4,22	4,06
2	Desain Tas	4,02	4,58
3	Warna Tas	3,82	4,68
4	Pilihan model desain tas	3,98	4,4
5	Kenyamanan saat digunakan	3,84	4,38

6	Kekuatan strap	4	4,08
7	Bisa berdiri pada permukaan datar	4,4	4,1
8	Adanya slot/ruangan tambahan	4,04	4,04
9	Sistem keamanan	3,72	4,1
10	Kemudahan perawatan	4	4,2
11	Umur produk tas	4,14	4,1
12	Kekuatan tas	4,02	4,22

Target Value Analysis

Nilai ini berfungsi sebagai standar untuk acuan BUTIEK dalam menganalisa kualitas dari setiap atribut. Data ini mengambil hasil dari *VOC* dari produk Flicka. Penentuan ini bertujuan sebagai analisis data mengenai kemampuan BUTIEK dalam bersaing di pasar.

No	Atribut Produk	Analisis Nilai Target		
		BUTIEK	Target	Status
1	Volume Tas	4,22	4,06	Achieved
2	Desain Tas	4,02	4,58	Unachieved
3	Warna Tas	3,82	4,68	Unachieved
4	Pilihan model desain tas	3,98	4,4	Unachieved
5	Kenyamanan saat digunakan	3,84	4,38	Unachieved
6	Kekuatan strap	4	4,08	Unachieved
7	Bisa berdiri pada permukaan datar	4,4	4,1	Achieved
8	Adanya slot/ruangan tambahan	4,04	4,04	Achieved
9	Sistem keamanan	3,72	4,1	Unachieved
10	Kemudahan perawatan	4	4,2	Unachieved
11	Umur produk tas	4,14	4,1	Achieved
12	Kekuatan tas	4,02	4,22	Unachieved

D. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dari pengolahan data, kesimpulan yang dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Atribut yang memiliki tingkat kepentingan tertinggi pada produk BUTIEK adalah “Kenayamanan saat digunakan” dan “Kekuatan strap” dengan nilai 4,60.
2. Atribut yang memiliki nilai sebanding dengan competitor pada produk butiek adalah “adanya slot/ ruang penyimpanan tambahan dengan nilai 4,04.
3. Atribut yang memiliki kemampuan produk Butiek dalam bersaing di pasar adalah “ Volume tas ” dengan nilai 4.22

DAFTAR PUSTAKA

Ficalora, J. P., & Cohen, L. (2010). Quality Function Deployment and Six Sigma.

- In *Prentice Hall*. https://www.researchgate.net/profile/Cahyono-St/publication/361910508_A_QFD_Handbook_Quality_Function_Deployment_and_Six_Sigma_Second_Edition/links/62cc515200d0b4511049d481/A-QFD-Handbook-Quality-Function-Deployment-and-Six-Sigma-Second-Edition.pdf
- Nurcahyanie, Y. D., Singgih, M. L., & Dewi, D. S. (2021). Concise consumer needs for women Muslim fashion by integrating online product reviews and designer voice. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, Wang 2016*, 1674–1682. <http://www.ieomsociety.org/brazil2020/papers/635.pdf>
- Orshella, D. D., Inggit, F., & Asmoro, W. (2019). Penerapan QFD dan DFA pada Perancangan Produk Tas Laptop Multifungsi. *Jurnal Media Teknik & Sistem Industri*, 3(1), 22–29. <http://jurnal.unsur.ac.id/index.php/JMTSI>
- Prabowo, R., & Purwanto, B. E. (2016). New Product Development for Dryer Fish for SMEs Scale with Quality Function Deployment (QFD) Method. *Prosiding International Conference ICOEN 3*, 327–336. [https://icoen.org/wp-content/uploads/2021/01/conference_doc/icoen3/book4/ICOEN3-2016-p328-Rony Prabowo, Bambang Edi Purwanto-New Product Development for Dryer Fish for Smes Scale with Quality Function Deployment \(qfd\) Method.pdf](https://icoen.org/wp-content/uploads/2021/01/conference_doc/icoen3/book4/ICOEN3-2016-p328-Rony%20Prabowo,%20Bambang%20Edi%20Purwanto-New%20Product%20Development%20for%20Dryer%20Fish%20for%20Smes%20Scale%20with%20Quality%20Function%20Deployment%20(qfd)%20Method.pdf)
- Prabowo, R., & Zoelangga, M. I. (2019). Pengembangan Produk Power Charger Portable dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 8(1), 55–62. <https://doi.org/10.26593/jrsi.v8i1.3187.55-62>
- Sitio, R. P., Fitriyani, R., & Intan, A. P. (2021). Faktor pendorong purchase intention produk sustainable fashion pada UMKM. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 21(1), 35–44. <https://doi.org/10.28932/jmm.v21i1.4050>
- Titisari, M. A., Hadi, S., Utomo, Y., Fidita, D., Binta, G., Aliansa, S., & Adi, P. (2023). Modeling E-Commerce Website Using QFD. *Business and Finance Journal*. <https://journal2.unusa.ac.id/index.php/BFJ/article/view/3947/2076>
- Trenggonowati, D. L. (2017). Metode Pengembangan Produk QFD Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *SPEKTRUM INDUSTRI*, 15(1), 1–119. <https://doi.org/10.12928/si.v15i1.6176>
- Umar, H. (2005). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Xu, J., Xu, X., & Xie, S. (2010). A comprehensive review on recent developments in quality function deployment. *Int. J. of Productivity and Quality Management*, 6, 457–494. <https://doi.org/10.1504/IJPQM.2010.035893>