



ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PRODUK BATIK MENGUNAKAN PENDEKATAN *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)* (Studi Kasus Batik BL Di Pekalongan)

Muhammad Haris Adieba, Bambang Munas Dwiyanto¹
mhadieba@gmail.com

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

The competition in the batik world has rapid development nowadays. It can be seen from how many batik products in every city or even country with various qualities. This study aims to improve the product quality of Batik BL Pekalongan in terms of facing competition. The dependent variable is the product quality and the independent variable is the interest rate quality perception and level of satisfaction. The samples are 35 resellers from Batik BL Pekalongan. The data used were obtained through questionnaires and interviews. Data were analyzed using descriptive analysis. Based on the HOQ, QFD analysis was made to improve the quality. The findings of the research are: 1) the value of customer satisfaction is still minus, meaning that customers are not satisfied yet with the product of batik BL Pekalongan ; 2) the highest degree of difficulty encountered is reliable employees. The main priority is based on the results of the targets prioritization, which should be the concern of the technical descriptor, while product developing must prioritize its competitive advantages, batik products style and product performance. The main priority of the hows, the thing that need consideration the most in developing the product designs are more competitive prices and products consistency.

Keywords: batik, product quality, QFD.

PENDAHULUAN

Persaingan antar perusahaan dalam pasar bebas menjadi pendorong bagi perusahaan untuk meningkatkan perhatian terhadap mutu suatu produk. Hanya perusahaan yang memiliki keunggulan tertentu yang mampu unggul dalam persaingan itu. Perusahaan yang dimaksud adalah perusahaan yang dapat menjaga serta mengelola sumber daya yang dimilikinya secara efektif dan efisien. Perusahaan harus memiliki konsistensi atas kualitas produk baik barang maupun jasa dengan memperhatikan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi pendorong bagi perusahaan dalam upaya menghasilkan produk yang memenuhi kepuasan dan kebutuhan konsumen.

Pada saat ini, perusahaan kecil maupun perusahaan besar membutuhkan sistem maupun proses pengelolaan dan produksi dengan baik. Proses produksi yang dimaksud harus mengutamakan hasil produk yang berkualitas tinggi. Namun keterbatasan alat produksi menyebabkan proses produksi yang kurang maksimal. Perkembangan peradaban manusia telah memicu peningkatan kebutuhan dan keinginan baik dalam jumlah, variasi jenis, dan tingkat mutu. Perkembangan ini menimbulkan tantangan untuk dapat memenuhi keinginan tersebut dengan cara meningkatkan kemampuan dalam menyediakan dan menghasilkan suatu produk. Peningkatan kemampuan dalam penyediaan dan penghasilan suatu produk merupakan usaha yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk dapat memenuhi kebutuhan secara efektif dan efisien. Usaha ini dilakukan agar perusahaan mendapatkan keuntungan maksimal.

Kegagalan suatu produksi akan memicu perusahaan dalam upaya meningkatkan kualitas suatu produk. Dalam proses produksi, diharapkan menghasilkan produk yang sempurna (good unit), tetapi juga akan muncul kemungkinan menghasilkan produk yang kurang baik atau produk

¹ Corresponding author

rusak yang tidak diharapkan pada awalnya. Pada kenyataannya, produk rusak atau gagal akan selalu mengiringi produk sempurna dalam suatu produksi. Hal ini bisa terjadi karena beberapa faktor, misalnya pemilihan bahan baku yang kurang baik, tenaga kerja yang kurang memadai atau tidak mempunyai keahlian yang cukup dalam memproses suatu produk, dan alat-alat produksi.

Kota Pekalongan merupakan daerah yang memiliki banyak perusahaan batik. Meskipun dijuluki kota Batik namun batik dari Pekalongan juga tak lepas dari banyaknya persaingan yang muncul dari daerah lain seperti Surakarta, Cirebon, Madura, dan lain-lain. Persaingan batik itu menjadi satu tekanan sekaligus tantangan bagi pengusaha batik Pekalongan untuk tetap eksis. Pertimbangan untuk mengedepankan kualitas menjadi salah satu hal yang menjadi fokus pengusaha batik.

Batik Pekalongan termasuk batik pesisir yang karya warna. Ciri khas batik pesisir, ragam hiasnya bersifat naturalis dan sangat dipegaruhi berbagai etnis di daerah tersebut. Batik BL memproduksi batik Pekalongan. Batik BL adalah salah satu UKM batik tulis Pekalongan yang sudah cukup lama berdiri. Batik BL mempunyai ciri khas yang membuatnya berbeda dengan batik tulis Pekalongan lainnya. Akan tetapi, pada tahun 2014 terjadi penurunan penjualan produk Batik BL. Hal ini disebabkan oleh konsumen yang mulai mencari batik dengan pola atau motif yang baru dan berbeda mengikuti perkembangan zaman.

Penjualan dari batik pada Batik BL Pekalongan cenderung mengalami penurunan terutama sejak periode Agustus 2014 hingga Desember 2014. Bulan Juli 2014 penjualan batik pada Batik BL Pekalongan mengalami peningkatan hingga 138,19% karena merupakan momen Lebaran dan kondisi tersebut terjadi setiap tahun. Namun hal tersebut diikuti penurunan yang terus menerus dari 605 potong per bulan menjadi hanya 222 potong per bulan yang menunjukkan adanya penurunan keputusan pelanggan untuk membeli produk batik pada Batik BL..

Kondisi demikian mengisyaratkan bahwa perusahaan harus melakukan instropeksi dalam upaya untuk meningkatkan penjualan produk batik. Hal ini didukung pula oleh adanya complain dari konsumen yang menunjukkan peningkatan. Komplain pelanggan paling meningkat pada bulan Juli karena pada bulan Juli penjualan paling banyak, dan sejak September hingga Desember 2014, complain pelanggan mengalami peningkatan. Complain yang dilakukan oleh konsumen tersebut sebagian besar adalah karena adanya kualitas dari produk Batik BL tidak sesuai dengan kriteria kualitas produk batik yang diinginkan oleh konsumen. Adanya complain yang semakin meningkat ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan Batik BL Pekalongan mengalami penurunan.

Kepuasan konsumen dapat dicapai dengan memberikan kualitas yang baik. Oleh karena itu, harus fokus pada kepuasan konsumen supaya bisa memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen, maka digunakan metode Quality Function Deployment (QFD). Menurut Wijaya (2011:34), metode QFD merupakan salah satu metode yang mengutamakan pendekatan sistematis dengan cara menentukan tuntutan atau permintaan konsumen, kemudian menerjemahkan tuntutan tersebut secara akurat ke dalam perencanaan pengembangan yang tepat.

Upaya untuk meningkatkan mutu atau kualitas produk batik harus menjadi perhatian utama perusahaan. Dengan penjelasan tersebut menunjukkan akan pentingnya kualitas produk bagi produk batik, sehingga perlu di lakukan penelitian apakah dengan penggunaan metode QFD guna mencapai tingkat kualitas produk yang unggul dan menjadi pilihan konsumen.

Berdasarkan hal-hal di atas, maka perumusan pertanyaan penelitian yang digunakan untuk meneliti masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan metode *Quality Function Deployment* (QFD) pada rencana peningkatan kualitas produk Batik BL Pekalongan?
2. Bagaimana cara penyusunan matriks *House Of Quality* (HOQ) dalam penerapan metode *Quality Function Deployment* (QFD) pada rencana peningkatan kualitas produk Batik BL Pekalongan?

Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan metode Quality Function Deployment (QFD) pada rencana peningkatan kualitas produk Batik BL Pekalongan dan menganalisis cara penyusunan matriks House Of Quality (HOQ) dalam penerapan metode Quality Function Deployment (QFD) pada rencana peningkatan kualitas produk Batik BL Pekalongan.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Kualitas

Menurut Juran, kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Menurut Crosby (1994), kualitas adalah *conformance to requirement*, yaitu sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan. Menurut Deming (1982 dalam Cohen, 1995), kualitas adalah kesesuaian dengan kebutuhan pasar atau konsumen. Menurut Feigenbaum (1982 dalam Cohen, 1995), kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Menurut Garvin (1988 dalam Cohen, 1995), kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Menurut Garvin adanya lima alternatif perspektif kualitas yang digunakan, yaitu *transcendental approach*, *product-based approach*, *user-based approach*, *manufacturing-based approach*, *value-based approach* (Tjiptono dan Anastasia, 1995:18).

Quality Function Deployment-QFD

Quality Function Deployment (QFD) dikembangkan oleh Yoji Akao pada tahun 1966. QFD merupakan suatu metode yang dikembangkan untuk menghubungkan perusahaan atau lembaga dengan konsumen. Melalui QFD, setiap keputusan dibuat untuk memenuhi kebutuhan yang diekspresikan oleh pelanggan. Pendekatan ini menggunakan sejenis diagram matriks untuk mempresentasikan data dan informasi (Evans *et al.*, 2007). Dengan QFD, operasional perusahaan didorong oleh suara pelanggan dan bukan oleh perintah manajemen ataupun opini/keinginan dari para ahli. Penggunaan QFD berfokus pada penyebab-penyebab utama kepuasan serta ketidakpuasan pelanggan, sehingga menjadikannya alat yang berguna untuk analisis kompetitif kualitas produk oleh manajemen.

Quality Function Deployment (QFD) adalah metode perencanaan dan pengembangan secara terstruktur yang memungkinkan tim pengembangan mendefinisikan secara jelas kebutuhan dan harapan pelanggan, dan mengevaluasi kemampuan produk atau jasa secara sistematis untuk memenuhi kebutuhan dan harapan tersebut (Ariani, 2002). Menurut Subagyo dalam Marimin (2004), *Quality Function Deployment* adalah suatu cara untuk meningkatkan kualitas barang atau jasa dengan memahami kebutuhan konsumen, lalu menghubungkannya dengan ketentuan teknis untuk menghasilkan barang atau jasa di tiap tahap pembuatan barang atau jasa yang dihasilkan. Konsep dasar dari QFD yang sebenarnya adalah suatu cara pendekatan untuk mendesain produk agar dapat memenuhi keinginan konsumen. Konsep ini diperkenalkan oleh Yoji Akao, Professor of Management Engineering dari Tanigawa University yang dikembangkan dari praktek dan pengalaman industri-industri di Jepang. Pertama kali dikenal di Jepang pada tahun 1972 oleh perusahaan Mitsubishi, dan berkembang dengan berbagai cara oleh Toyota dan perusahaan lainnya. (Cohen, 1995). QFD adalah suatu metodologi untuk menterjemahkan kebutuhan dan keinginan konsumen kedalam suatu produk yang memiliki persyaratan teknis dan karakteristik. Menurut Cohen (1995), *Quality Function Deployment (QFD)* adalah suatu sistem untuk mendesain sebuah produk atau jasa. Yang berdasarkan permintaan pelanggan, dengan melibatkan partisipasi semua fungsi-fungsi yang terdapat dalam organisasi tersebut. (Cohen, 1995). QFD didefinisikan sebagai suatu proses atau mekanisme terstruktur untuk menentukan kebutuhan pelanggan dan menterjemahkannya kebutuhan-kebutuhan itu ke dalam kebutuhan teknis yang relevan, di mana masing-masing area fungsional dan tingkat organisasi dapat mengerti dan bertindak. Ia mencakup juga pemantauan dan pengendalian yang tepat dari proses manufacturing menuju sasaran (Gaspersz, 1997). QFD digunakan untuk memperbaiki pemahaman tentang pelanggan dan untuk mengembangkan produk, jasa serta proses dengan cara yang lebih berorientasi kepada pelanggan (Rampersad, 2006).

Tujuan dari prinsip QFD adalah untuk memastikan bahwa kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat terpenuhi dalam proses penurunan suatu produk. Karena itulah dikatakan mengapa QFD bermula dari suara pelanggan (VOC = *voice of customer*) dan sering dalam bahasa Inggris QFD disebut sebagai *customer-driven product development* atau *customer-focused design*. Sasaran pertama dari QFD adalah selalu menghindari *marketing misses* produk jatuh dipasarkan akibat kalah bersaing. Sasaran kedua QFD adalah untuk meningkatkan laju dan efisiensi dan proses pengembangan produk. QFD dapat mengurangi waktu perancangan produk dan kerja para *engineer*. Ditekankan bahwa definisi produk yang stabil dapat mengurangi waktu perencanaan produk selama beberapa tahun.

Matrix House Of Quality (HOQ) atau rumah mutu adalah bentuk yang paling dikenal dari representasi QFD. Matriks ini terdiri dari dua bagian utama, yaitu bagian horizontal dari matriks berisi informasi yang berhubungan dengan konsumen dan disebut dengan *customer table*, bagian vertikal dan matriks berisi informasi teknis sebagai respon bagi *input* konsumen dan disebut dengan *technical table*. HOQ digunakan oleh tim di berbagai bidang untuk menerjemahkan persyaratan konsumen (*customer requirement*), hasil riset pasar dan *benchmarking data* kedalam sejumlah target teknis prioritas.

Kerangka Pemikiran

Salah satu aspek yang sangat menunjang keberhasilan suatu perusahaan manufacturing adalah manajemen kualitas. Manajemen kualitas adalah fungsi organisasional yang bertanggung jawab atas keseluruhan aktivitas yang bersifat preventif terhadap terjadinya kesalahan. Tujuan diterapkannya manajemen kualitas ini adalah untuk memproduksi suatu produk yang kualitasnya tetap terjaga dengan biaya yang serendah-rendahnya, namun tetap memenuhi kepuasan pelanggan. Metode QFD merupakan salah satu cara untuk mendapatkan kualitas kualitas produk. Berikut adalah gambar dari kerangka pemikiran:



Sumber : Pengembangan Hipotesis, 2016

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

QFD yang dimaksud dalam penelitian ini adalah metode terstruktur yang digunakan dalam proses perencanaan dan pengembangan produk batik BL dengan menetapkan spesifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mengevaluasi suatu perencanaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen

Spesifikasi kebutuhan konsumen yang digunakan secara umum indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Performa (*performance*)
2. Fitur atau ciri-ciri tambahan (*features*)
3. Keandalan (*reliability*)
4. Konformitas (*conformance*)
5. Daya Tahan (*durability*)
6. Kemampuan pelayanan (*service ability*)
7. Estetika (*aesthetics*)
8. Kualitas yang dirasakan (*perceived quality*)

Populasi dan Sampel

Populasi menurut Ferdinand (2011) adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Populasi yang di ambil dalam penelitian ini adalah konsumen reseller produk batik yang melakukan transaksi pada Batik BL Pekalongan.

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand, 2011). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling yaitu pengambilan sampel dengan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian (Ferdinand, 2011). Kriteria sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah konsumen reseller produk batik BL yang telah melakukan pembelian minimal tiga kali dalam satu bulan. Berdasarkan kriteria tersebut, dalam penelitian ini akan menggunakan sebanyak 35 konsumen reseller.

Jenis dan Sumber Data

Data primer adalah data yang diperoleh langsung. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu data yang berasal dari hasil jawaban responden. Data sekunder untuk mendukung data primer. Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data yang berasal dari perusahaan.

Metode Analisis

Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan *House of Quality*. Teknik analisis deskriptif adalah transformasi data lengkap yang mudah dipahami atau diinterpretasi. Analisis data mengenai profil responden dan kesadaran merek dilakukan dengan cara mentabulasikan data yang diperoleh, kemudian data yang sudah terkumpul selanjutnya dianalisis dengan cara persentase. Mendeskripsikan data penelitian dilakukan dengan menggunakan statistic deskriptif, yaitu dengan menghitung harga mean (M), Median (Md), Modus (Mo), Variansi (s^2), dan Standar Deviasi (s). Data kuantitatif dalam sebaran skor tiap variabel, diklasifikasikan dalam bentuk kurva. Pada instrumen angket digunakan 4 (empat) pilihan jawaban. Empat pilihan jawaban di atas digunakan untuk menentukan adanya gradasi yang akan dirubah ke bentuk interval.

Korelasi merupakan analisis yang digunakan untuk menguji hubungan antar item (Sugiyono, 2007). Korelasi Spearman digunakan untuk menguji hubungan antara dua variable untuk data berperingkat atau data ordinal. Koefisien korelasi Spearman berkisar dari -1 sampai 1. Apabila koefisien mendekati 1 dan -1 menunjukkan hubungan yang semakin kuat. Sebaliknya apabila mendekati nilai 0, maka hubungan semakin lemah. Koefisien korelasi Spearman digunakan untuk mengetahui derajat keeratan dua variabel yang memiliki skala pengukuran minimal ordinal. Bila pada perhitungan korelasi Pearson data observasinya yang dikorelasikan, maka pada korelasi Spearman adalah data peringkatnya (rangking) yang dikorelasikan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Langkah-Langkah Penelitian

Penelitian diawali dengan cara membagikan survey berupa kuesioner yang berisi daftar pertanyaan kepada pelanggan Batik BL Pekalongan. Pembagian kuesioner ini dilakukan dengan cara membagikan lembar pengisian kuesioner kepada pelanggan Batik BL Pekalongan yang datang ke Batik BL Pekalongan. Pengisian kuesioner didampingi oleh peneliti dengan menerangkan butir-butir dan maksud pengisian kuesioner tersebut.

Berdasarkan pengisian kuesioner tersebut akan dapat dibuat kriteria kebutuhan konsumen. Kebutuhan konsumen ini digunakan untuk mengetahui tingkat harapan dan tingkat kepuasan konsumen serta kesenjangan antara harapan dengan kepuasan hingga tingkat kepentingan indikator.

Wawancara awal dilakukan kepada pemilik dari Batik BL untuk penentuan indikator-indikator *technical descriptor*. Pada wawancara ini ditanyakan faktor-faktor apa saja yang dapat membuat kualitas produk Batik BL mampu memenuhi kebutuhan konsumen dan sub indikator apa saja yang dapat mengukur hal tersebut.

Wawancara berikutnya dilakukan pemilik dari Batik BL untuk mengetahui penentuan nilai target dan tingkat kesulitan pencapaian *technical descriptor*. Pada wawancara ditanyakan mengenai nilai target yang ingin dicapai dalam skala 1-4. Berdasarkan hasil tersebut akan dapat diketahui nilai improvement ratio yang dapat dicapai oleh perusahaan dalam meningkatkan kualitas produknya. Wawancara selanjutnya adalah untuk mengetahui tingkat kesulitan pencapaian *technical descriptor* dengan nilai 1-10. Hal ini akan digunakan untuk menghitung kuat lemahnya korelasi *technical descriptor* dengan kriteria kebutuhan konsumen.

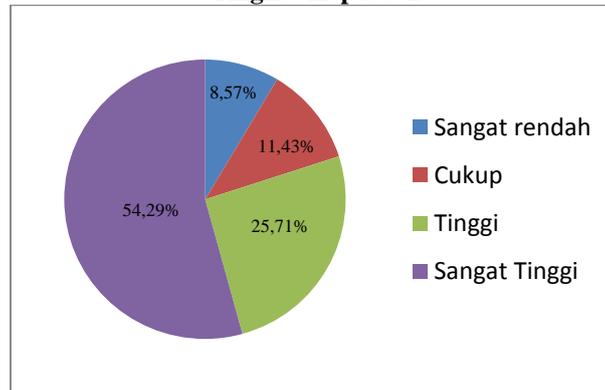
Wawancara berikutnya dilakukan kepada pelanggan Batik BL untuk mengetahui perbandingan antara Batik BL dengan perusahaan lainnya. Penentuan perbandingan ini dilakukan kepada pelanggan yang juga melakukan pembelian di perusahaan lainnya yaitu Dupantex, Dutatex,

Primatexco, Pismatex dan Candi Mekar. Perbandingan yang diberikan disusun berdasarkan 8 kriteria kebutuhan konsumen.

Tingkat Kepuasan Konsumen

Mean rata-rata dari hasil perhitungan menunjukkan angka 25,22 sehingga kepuasan responden masuk dalam kategori tinggi. Hal ini menyatakan bahwa konsumen merasa puas dengan produk batik BL saat ini.

Gambar 2
Tingkat Kepuasan

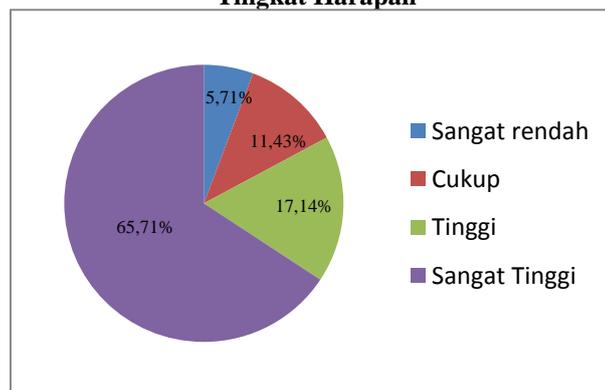


Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat kepuasan yang sangat tinggi yaitu 19 orang atau 54,29%. Hal ini menggambarkan bahwa sebagian besar responden merasa puas dengan produk Batik BL Pekalongan.

Persepsi Tingkat Harapan

Mean rata-rata dari hasil perhitungan menunjukkan angka 29,71 sehingga harapan responden masuk dalam kategori tinggi. Hal ini menggambarkan bahwa konsumen memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap produk batik BL Pekalongan.

Gambar 3
Tingkat Harapan



Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat harapan yang sangat tinggi yaitu 23 orang atau 65,71%. Hal ini menggambarkan bahwa sebagian besar responden merasa memiliki ekspektasi tinggi terhadap produk Batik BL Pekalongan.

Nilai Kesenjangan antara Kepuasan dengan Harapan Pelanggan

Kesenjangan antara kepuasan dengan harapan yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1
Nilai Kesenjangan antara Kepuasan dengan Harapan Pelanggan

No	Indikator	Rata-Rata Kepuasan	Rata-Rata Harapan	Selisih
----	-----------	--------------------	-------------------	---------

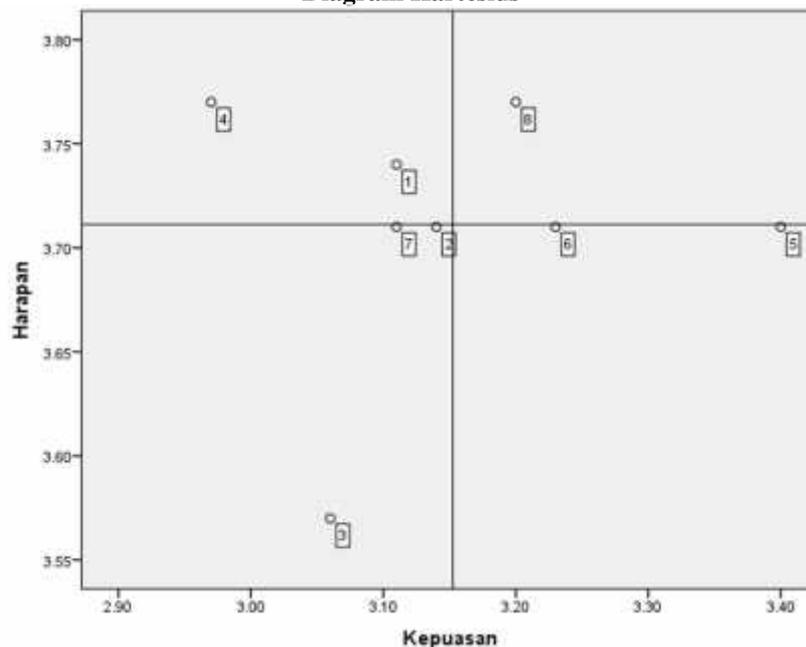
1	Performa	3.11	3.74	-0.63
2	Fitur	3.14	3.71	-0.57
3	Keandalan	3.06	3.57	-0.51
4	Konformitas	2.97	3.77	-0.80
5	Daya Tahan	3.40	3.71	-0.31
6	Kemampuan pelayanan	3.23	3.71	-0.49
7	Estetika	3.11	3.71	-0.60
8	Kualitas yang dirasakan	3.20	3.77	-0.57

Tingkat kepuasan yang bernilai cukup tinggi ini membuat produk batik BL Pekalongan dapat dikatakan baik, namun berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui untuk masing-masing atribut, selisih antara kepuasan dengan harapan pelanggan yang didapatkan masih bernilai negatif. Hal ini berarti bahwa pada tiap atribut, nilai kepuasan pelanggan masih minus atau dapat dikatakan bahwa pelanggan masih belum puas dengan produk Batik BL Pekalongan.

Penerapan metode *Quality Function Deployment* (QFD) yang saat ini dilakukan oleh batik BL Pekalongan memfokuskan pada daya tahan dari produk batik BL Pekalongan sehingga daya tahan produk batik tersebut lebih kuat. Namun berdasarkan hasil penelitian metode *Quality Function Deployment* (QFD) yang saat ini dilakukan oleh batik BL Pekalongan kurang memfokuskan pada konformitas dari produk batik tersebut sehingga kualitasnya tidak dapat selalu terus sama.

Tingkat Kepentingan Indikator

Gambar 4
Diagram Kartesius



Berdasarkan hasil dari diagram kartesius di atas, terlihat bahwa kategori yang dinilai paling penting bagi pelanggan adalah *conformance* dan *performance* yang berada pada kuadran I.

Matriks *House Of Quality* (HOQ)

Penentuan Kebutuhan Konsumen (*Whats*)

Kebutuhan konsumen didapatkan dari kriteria kebutuhan konsumen yang telah diteliti sebelumnya. Spesifikasi kebutuhan konsumen yang digunakan secara umum indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Performa (*performance*)
2. Fitur atau ciri-ciri tambahan (*features*)
3. Keandalan (*reliability*)
4. Konformitas (*conformance*)

5. Daya Tahan (*durability*)
6. Kemampuan pelayanan (*service ability*)
7. Estetika (*aesthetics*)
8. Kualitas yang dirasakan (*perceived quality*)

Penentuan Tingkat Kepentingan Konsumen

Penentuan tingkat kepentingan telah dihitung sebelumnya dengan menggunakan rata-rata persepsi kepuasan dan rata-rata persepsi harapan serta diagram kartesius dengan hasil kebutuhan yang dinilai paling penting bagi pelanggan adalah *conformance* dan *performance* pada kuadran I, yang disusul oleh *perceived quality* pada kuadran II. Pada kuadran III adalah *durability* dan *serviceability*. Sedangkan pada kuadran IV adalah *features*, *aesthetics* dan *perceived quality*.

Penentuan *Technical Descriptor* (*Hows*)

Technical descriptor digunakan sebagai hubungan antara whats. *Technical descriptor* didapatkan setelah melakukan wawancara mendalam dengan konsumen Batik BL Pekalongan. *Technical descriptor* yang didapatkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Corak
 - a. Keunikan batik
 - b. Warna lebih terang
 - c. Desain lebih natural
2. Keunggulan kompetitif
 - a. Harga lebih kompetitif
 - b. Konsistensi
 - c. Pesanan tepat waktu
 - d. Mampu membuat sesuai pesanan
 - e. Mampu menerima order besar
 - f. Karyawan handal
3. Kinerja produk
 - a. Warna tidak cepat luntur
 - b. Kain tidak cepat rusak
 - c. Penggunaan pewarna alami
 - d. Kain halus
 - e. Tidak panas saat dipakai
 - f. Jahitan lebih tahan lama

Penentuan Nilai Target (*Goal*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tujuan dari konsumen terhadap semua indikator menunjukkan nilai angka 4. Nilai 4 merupakan nilai tertinggi yang dapat dicapai, sehingga tujuan perusahaan adalah mendapatkan nilai 4 pada setiap indikator kebutuhan konsumen.

Penentuan Rasio Perbaikan Konsumen (*Improvement Ratio*)

Berdasarkan hasil dari penentuan tingkat kepuasan pelanggan dengan tujuan yang akan dicapai oleh perusahaan, maka didapatkan nilai tertinggi *improvement ratio* adalah pada fitur yaitu 1,35 dan estetika yaitu 1,31 dan terendah adalah Kualitas yang dirasakan yaitu 1,18. Hal ini menunjukkan faktor utama yang perlu mendapatkan perhatian dan sangat penting untuk diperbaiki adalah pada fitur dan estetika.

Penentuan Tingkat Kesulitan Pencapaian *Hows*

Tingkat kesulitan dibagi dari nilai 0 hingga 10, nilai 0 merupakan tingkat kesulitan yang paling mudah dicapai dan nilai 10 merupakan tingkat kesulitan yang paling susah dicapai. Berdasarkan hasil penentuan tingkat kesulitan pencapaian cara untuk meningkatkan kepuasan konsumen, dapat terlihat bahwa rata-rata tingkat kesulitan Batik BL Pekalongan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tidak terlalu tinggi. Tingkat kesulitan tertinggi adalah pada karyawan yang handal karena Batik BL merupakan batik tulis, sehingga karyawan yang handal dalam membatik

sangat dibutuhkan, namun karyawan dengan kompetensi seperti itu saat ini susah dicari. Tingkat kesulitan tertinggi berikutnya adalah penggunaan pewarna alami. Pewarna alami didapatkan dari proses mengekstrak menggunakan metode tradisional yaitu dari tumbuhan sehingga prosesnya cenderung memakan waktu cukup lama.

Penentuan *Benchmarking (Competitive Analysis)*

Penentuan benchmarking digunakan untuk mengetahui posisi Batik BL Pekalongan saat ini bila dibandingkan dengan produk dari pabrik lain yang sejenis. Benchmark dilakukan dengan cara melakukan wawancara lanjutan dengan konsumen. Benchmark yang diambil adalah dari PT. Dupantex, PT. Dutatex, PT. Primatexco, PT. Pismatex dan PT. Candi Mekar yang semuanya berada di Pekalongan dan merupakan pesaing dari Batik BL.

Tabel 2
Competitive Analysis

No	Indikator	Batik BL	Dupantex	Dutatex	Primatexco	Pismatex	Candi Mekar
1	Konformitas	3	4	4	4	4	4
2	Performa	3	4	4	4	3	4
3	Estetika	3	3	4	4	3	4
4	Fitur	2	3	3	4	4	3
5	Kualitas yang dirasakan	3	4	4	3	4	3
6	Keandalan	3	3	4	4	4	4
7	Kemampuan pelayanan	3	4	4	3	4	4
8	Daya Tahan	3	4	4	3	4	4

Berdasarkan hasil *competitive analysis* tersebut dapat terlihat bahwa Batik BL paling tertinggal dalam hal fitur, konformitas, dan performa. Batik BL berdasarkan hasil ini secara umum masih kalah bersaing dengan pabrik lainnya sehingga harus mengembangkan produknya untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Penentuan Prioritas Target (*Relative Weight*)

Penentuan prioritas target dibuat dari matriks HOQ dan ditentukan nilainya berdasarkan kebutuhan serta harapan konsumen untuk menentukan sasaran target utama pada pengembangan produk Batik BL Pekalongan. Selain itu strategi prioritas ini juga ditujukan agar Batik BL Pekalongan memperoleh informasi sehingga mampu meningkatkan kepuasan konsumennya di masa yang akan datang. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, terlihat bahwa prioritas utama *technical descriptor* yang harus menjadi perhatian bagi Batik BL Pekalongan untuk mengembangkan produknya adalah dari keunggulan kompetitifnya, kemudian corak produk batik dan disusul oleh kinerja produk. Sedangkan prioritas utama tentang *hows*, yang perlu mendapatkan perhatian paling besar dari Batik BL Pekalongan untuk mengembangkan produknya adalah desain harga yang lebih kompetitif dan konsistensi produk.

Berdasarkan langkah-langkah tersebut, maka dapat dibentuk matriks HOQ sebagai berikut:



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian penerapan metode *Quality Function Deployment* (QFD) pada rencana peningkatan kualitas produk Batik BL Pekalongan berjalan cukup baik, terbukti dengan tingkat kepuasan pelanggan yang masuk kategori tinggi. Namun masih terdapat perbedaan dengan tingkat harapan dari produk batik BL Pekalongan, dapat terlihat untuk masing-masing atribut, selisih antara kepuasan dengan harapan pelanggan yang didapatkan masih bernilai negatif. Hal ini berarti bahwa pada tiap atribut, nilai kepuasan pelanggan masih minus atau dapat dikatakan bahwa pelanggan masih belum puas dengan produk Batik BL Pekalongan.

Penerapan metode *Quality Function Deployment* (QFD) yang saat ini dilakukan oleh batik BL Pekalongan memfokuskan pada daya tahan dari produk batik BL Pekalongan sehingga daya tahan produk batik tersebut lebih kuat. Namun berdasarkan hasil penelitian metode *Quality Function Deployment* (QFD) yang saat ini dilakukan oleh batik BL Pekalongan kurang memfokuskan pada konformitas dari produk batik tersebut sehingga kualitasnya tidak dapat selalu terus sama.

Kompensasi mempunyai pengaruh positif terhadap motivasi. Manusia bekerja untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Apabila perusahaan menginginkan karyawannya termotivasi dalam menjalankan pekerjaan, maka perusahaan harus berusaha untuk memenuhi kebutuhan para karyawannya. Kompensasi yang diberikan kepada pegawai sangat berpengaruh pada motivasi kerja karena berbagai macam bentuk kompensasi tambahan berfungsi untuk memotivasi karyawan agar produktivitasnya lebih tinggi.

2. Berdasarkan hasil matriks *House Of Quality* (HOQ) dalam penerapan metode *Quality Function Deployment* (QFD) pada rencana peningkatan kualitas produk Batik BL Pekalongan, dari penentuan tingkat kepuasan pelanggan dengan tujuan yang akan dicapai oleh perusahaan, maka didapatkan nilai tertinggi *improvement ratio* adalah pada fitur yaitu 1,35 dan estetika yaitu 1,31 dan terendah adalah Kualitas yang dirasakan yaitu 1,18. Hal ini menunjukkan faktor utama yang perlu mendapatkan perhatian dan sangat penting untuk diperbaiki adalah pada fitur dan estetika.

Berdasarkan hasil penentuan tingkat kesulitan, tingkat kesulitan tertinggi adalah pada karyawan yang handal karena Batik BL merupakan batik tulis, sehingga karyawan yang handal dalam membatik sangat dibutuhkan, namun karyawan dengan kompetensi seperti itu saat ini susah dicari. Tingkat kesulitan tertinggi berikutnya adalah penggunaan pewarna alami. Pewarna alami didapatkan dari proses mengekstrak menggunakan metode tradisional yaitu dari tumbuhan sehingga prosesnya cenderung memakan waktu cukup lama.

Berdasarkan hasil *competitive analysis* tersebut dapat terlihat bahwa Batik BL paling tertinggal dalam hal fitur, konformitas dan performa. Batik BL berdasarkan hasil ini secara umum masih kalah bersaing dengan pabrik lainnya sehingga harus mengembangkan produknya untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Berdasarkan hasil penentuan prioritas target, terlihat bahwa prioritas utama *technical descriptor* yang harus menjadi perhatian bagi Batik BL Pekalongan untuk mengembangkan produknya adalah dari keunggulan kompetitifnya, kemudian corak produk batik dan disusul oleh kinerja produk. Sedangkan prioritas utama tentang *how's*, yang perlu mendapatkan perhatian paling besar dari Batik BL Pekalongan untuk mengembangkan produknya adalah desain harga yang lebih kompetitif dan konsistensi produk.

REFERENSI

- Ariani, Dwi W. 1999. *Manajemen Kualitas*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta: Yogyakarta.
- Cohen, Lou. 1995. *Quality Function Deployment : How to make QFD work of you*. New York: Wesley Publishing Company.
- Crosby, PB. 1994. *Quality is Free*. McGraw-Hill. New York.



- Cresswell, John W. 1999. *Research Design Qualitative and Quantitative Approach*. California. Sage Publication.
- Feigenbaum, A. V. 1992. *Kendali Mutu Terpadu*, Edisi Ketiga, Terjemahan Hudaya Kandahjaya, Erlangga, Jakarta.
- Ferdinand, Augusty. 2011. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 2. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gasperz, V. 1997. *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Harmaini, Lusi. 2005. *Analisis Kualitas Pelayanan Perpustakaan Perguruan Tinggi Dengan Metode Quality Function Deployment (QFD)*. JRMI Vol. 1, No. 2.
- Marimin. 2004. *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Grasindo. Jakarta.
- Meredith, Geoffrey G. 1992. *Kewirausahaan:Teori dan praktek*. Jakarta. Pustaka Binaman Presindo.
- Nasution, M. N. 2005. *Manajemen mutu terpadu (Total Quality Management)* Edisi kedua. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Rampersad, Hubert. 2006. *Personal Balanced Scorecard*. PPM Manajemen. Jakarta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. CV Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 1995. *Total Quality management*. Yogyakarta : Andi Offset
- Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Yogyakarta: PT. Index.
- Yakhya, K.A. 2002. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Multindo Media.