

Analisis Pengendalian Kualitas Produk Sepatu dengan Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* (QFD) untuk Meningkatkan Kualitas di PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung (Geoff Max)

Dewi Setiawati, Tasya Aspiranti, Asni Mustika Rani
Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia
dewistwt13@gmail.com

Abstract—This study aims to determine and analyze the control and improve the quality of shoe products at PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung by using the Quality Function Deployment (QFD) method. This type of research used in this research is descriptive quantitative, namely research data using calculations based on the distribution of questionnaires by presenting in the form of tabulations outlined in tables to conclude from statements so that they can be clearly understood. And the research method used in this research is the case study method, which is the research carried out focused on a particular case to be observed and analyzed. Data collection techniques used in this study were interviews to get data from PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung. The results of this study indicate that after using the House of Quality in the Quality Function Deployment (QFD) method, the main priority is based on the results of determining the priority of targets, which should be a concern of PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung is an attractive color and shoelaces are not easily broken.

Keywords—Quality Function Deployment (QFD) Method, House of Quality (HOQ), Quality Control, and Product Quality.

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengendalian dan meningkatkan kualitas produk sepatu di PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung dengan menggunakan metode Quality Function Deployment (QFD). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian data dengan menggunakan perhitungan berdasarkan penyebaran kuesioner (angket) dengan cara menyajikan dalam bentuk tabulasi yang diuraikan dengan tabel-tabel agar dapat menarik kesimpulan dari pernyataan sehingga dapat dipahami dengan jelas. Dan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus, yaitu penelitian yang dilakukan terfokus pada suatu kasus tertentu untuk diamati dan dianalisis. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara untuk mendapatkan data-data dari PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa setelah menggunakan House Of Quality dalam metode Quality Function Deployment (QFD), prioritas utama berdasarkan hasil penentuan prioritas target, yang harus menjadi perhatian PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung adalah warna yang menarik dan tali sepatu tidak mudah rusak atau putus.

Kata Kunci—Metode Quality Function Deployment (QFD), House Of Quality (HOQ), Pengendalian Kualitas, dan Kualitas Produk.

I. PENDAHULUAN

Geoff Max didirikan oleh Yusuf Ramdhani dan Fauzan Efwanda pada tahun 2012, yang ingin menampilkan brand sepatu berbeda dengan menetapkan konsep *old school* sebagai ciri khas dari produk-produk Geoff Max. Brand Geoff Max terinspirasi dari nama legend skateboarder papan atas yakni Geoff Rowley. Berfokus pada produksi sepatu laki-laki yang gemar main musik dan olah raga ekstrem. Geoff Max atau biasa disingkat GMX saat ini memiliki slogan **Ready to Kick**, yakni memiliki makna tersirat bahwa Footwear GMX yang merupakan produk asli buatan Bandung siap untuk menghadapi dunia. Footwear GMX memiliki ciri khas di sol-nya sangat cocok digunakan para pencinta *Extreme Sport* khususnya para pemain Skate Board namun juga dapat dipakai untuk semua kalangan. GMX memiliki beberapa jenis sepatu, yakni Authentic, Timeless, Ethan, Knoxville, Gavin, Dalton, Davis, Athletica dan lainnya. Dari beberapa nama jenis diatas juga memiliki turunan jenisnya, misalkan pada jenis Authentic memiliki turunan jenis dari slasher dan hero. Yang membedakan dari kedua jenis Authentic ini yaitu bahan *upper* sepatu dari canvas dan dari kulit sintesis.

Geoff Max tentu memiliki tujuan untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan menjalin hubungan jangka panjang dengan konsumen tersebut. Demi memenuhi tujuan perusahaan tersebut, Geoff Max harus mengumpulkan informasi tentang apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen, karena konsumen memiliki nilai dan metode masing – masing untuk menilai suatu kualitas produk. Dimana faktor tersebut berhubungan langsung dengan keputusan pembelian. Dilihat dari berbagai segi, tidak bisa kita pungkiri bahwa kualitas sebuah produk merupakan salah satu hal yang akan *customer* pertimbangkan saat memilih suatu barang dan akan mempengaruhi kualitas suatu perusahaannya juga.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana prioritas kualitas produk menurut persepsi konsumen?
 2. Bagaimana proses produksi yang dilakukan oleh PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung untuk memenuhi kualitas produk yang diinginkan oleh konsumen?
 3. Bagaimana hubungan prioritas kualitas produk menurut persepsi konsumen dengan proses produksi yang dilakukan oleh PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung?
 4. Bagaimana prioritas proses produksi yang seharusnya dilakukan oleh PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung?
 5. Bagaimana hubungan antara proses produksi yang dilakukan oleh PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung?
 6. Bagaimana prioritas kualitas produk menurut persepsi PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung?
 7. Bagaimana prioritas kualitas produk menurut persepsi pesaing?
 8. Bagaimana kesenjangan antara prioritas kualitas produk menurut persepsi PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung dengan prioritas kualitas produk menurut persepsi pesaing dan manakah perusahaan yang paling mendekati prioritas kualitas konsumen?
- Selanjutnya, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:
1. Prioritas kualitas produk menurut persepsi konsumen.
 2. Proses produksi yang dilakukan oleh PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung untuk memenuhi kualitas produk yang diinginkan oleh konsumen.
 3. Hubungan prioritas kualitas produk menurut persepsi konsumen dengan proses produksi yang dilakukan oleh PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung.
 4. Prioritas proses produksi yang seharusnya dilakukan oleh PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung.
 5. Hubungan antara proses produksi yang dilakukan oleh PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung.
 6. Prioritas kualitas produk menurut persepsi PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung.
 7. Prioritas kualitas produk menurut persepsi pesaing.
 8. Kesenjangan antara prioritas kualitas produk menurut persepsi PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung dengan prioritas kualitas produk menurut persepsi pesaing dan perusahaan yang paling mendekati prioritas kualitas konsumen.

II. LANDASAN TEORI

Menurut Wijaya (2018:5) “kualitas di sini merupakan ukuran sampai sejauh mana suatu produk sesuai kebutuhan, keinginan, dan harapan para pelanggan.” Menurut Tjiptono (dalam Akasya, 2018:1) “produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang

bersangkutan.” Menurut Zulian Yamit (dalam Wulandari, 2017:26) “kualitas sebagai kesesuaian terhadap spesifikasi atau pemakaian. Kualitas dapat dibangun dengan tahap-tahap tertentu yang jelas berbeda antara satu dan lainnya, tergantung dengan produk yang akan dihasilkan. Permasalahan yang timbul dan menggunakan kualitas harus secepatnya dihilangkan, pengendalian kualitas tidak hanya terletak pada hasil akhir atau produk, akan tetapi menyangkut kualitas manusia, kualitas proses dan kualitas lingkungannya.” Menurut Goetsch dan Davis yang dikutip dari (Rohman, 2016:13) bahwa “kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan barang, jasa, manusia, produk, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.”

Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan dengan kondisi fisik produk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Sofian Assauri mengemukakan bahwa pengendalian kualitas adalah usaha untuk mempertahankan mutu atau kualitas dari barang yang dihasilkan atau agar sesuai dengan spesifikasi produk yang telah ditetapkan berdasarkan dengan kebijaksanaan perusahaan. (Kuncoro, 2017:571). Menurut Vincent Gasperz dalam (Iqbal, 2018:10), “*control can be defined as the process of monitoring activities to ensure they are being accomplished as planned and correcting any significant deviations.*” Dimana artinya yaitu pengendalian dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan untuk memantau aktivitas dan memastikan kinerja sebenarnya yang dilakukan telah sesuai dengan yang direncanakan.

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa pengendalian kualitas adalah suatu teknik atau usaha yang dilakukan untuk memenuhi dan mempertahankan kualitas suatu produk atau jasa yang sudah ditetapkan oleh suatu perusahaan.

Menurut Cohen, “*Quality Function Deployment is a method for structured product planning and development that enables the development team to clearly define customer wants and needs, and then evaluate the product or serve with capabilities that systematically meet the customer's desires.*” (Hakim, 2017:25) Yang artinya, pengembangan fungsi kualitas adalah suatu metode untuk perencanaan dan pengembangan produk yang terstruktur yang memungkinkan team pengembangan untuk menentukan keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan jelas, dan kemudian mengevaluasi produk atau melayani dengan kemampuan yang secara sistematis dalam pemenuhan keinginan pelanggan tersebut.

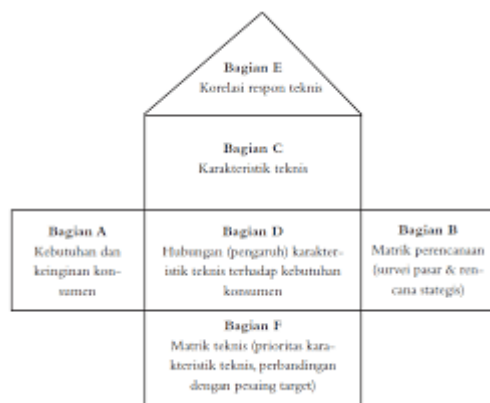
Dikutip dari buku Wijaya (2018:42) *Quality Function Deployment* adalah suatu metode yang digunakan dalam mendukung dan melaksanakan filosofi TQM. QFD digunakan dalam berbagai perencanaan, yakni semua anggota tim dapat mengambil keputusan secara sistematis untuk memprioritaskan berbagai tanggapan yang mungkin terhadap sekelompok tujuan tertentu. QFD digunakan untuk memperbaiki proses perencanaan, mengatasi permasalahan

dalam tim, serta membantu mengadakan perbaikan terhadap budaya perusahaan atau organisasi.

Dalam QFD, ada beberapa hal yang penting, yaitu:

1. QFD sebagai keseluruhan konsep.
2. Nilai konsumen merupakan tuntutan dari konsumen.
3. *Product Quality Deployment* merupakan aktivitas untuk menerjemahkan suara konsumen.
4. *Deployment of the Quality Function* merupakan aktivitas yang diperlukan untuk menjamin bahwa tuntutan konsumen telah terpenuhi.
5. *Quality Table - a series* digunakan untuk menggambarkan suara konsumen ke dalam spesifik produk akhir.

Alat yang digunakan untuk menggunakan struktur QFD adalah matrik yang berbentuk rumah, yang disebut house of quality atau rumah mutu. Bentuk dan keterangan dari setiap bagian matrik house of quality adalah yang tampak pada Gambar 2.2 berikut:



Gambar 2. 1 House Of Quality

Sumber: Tony Wijaya (2018:73)

- a. Bagian A adalah kebutuhan pelanggan terdiri dari sejumlah kebutuhan dan keinginan pelanggan yang biasanya ditentukan berdasarkan penelitian pasar kualitatif melalui wawancara dan data keluhan pelanggan. Melalui wawancara, perancang dapat dengan bebas mengetahui lebih jauh kebutuhan konsumen.
- b. Bagian B berisikan tiga jenis data yaitu:
 1. *Importance to Customer* (tingkat kepentingan dari tiap kebutuhan pelanggan.)
 2. *Customer Satisfaction Performance* (tingkat kepuasan pelanggan)
 3. *Competitive Satisfaction Performance* (tingkat kepuasan pelanggan pesaing.)
 4. *Goal dan improvement ratio*
 5. *Sales point*
- c. Bagian C terdiri dari karakteristik teknis yang mendeskripsikan produk yang dirancang. Karakteristik teknis ini biasanya merupakan terjemahan dari kebutuhan pelanggan. Untuk setiap

karakteristik teknis ini ditentukan satuan pengukuran, *direction of goodness*, dan target yang harus dicapai.

- d. Bagian D adalah hubungan karakteristik teknis yang terdiri dari penilaian tim perancang terhadap kekuatan hubungan antara setiap karakteristik teknis dengan setiap kebutuhan pelanggan.
- e. Bagian E adalah korelasi karakteristik teknis yang terdiri dari penilaian tim perancang terhadap korelasi antara satu karakteristik teknis dengan karakteristik teknis lainnya. Korelasi teknis ini tergantung pada *direction of goodness* dari masing-masing karakteristik teknis.
- f. Bagian F adalah matrik teknis yang terdiri dari tiga jenis informasi:
 1. Hasil perhitungan untuk mengurutkan peringkat karakteristik teknis, berdasarkan bobot kepentingan kebutuhan pelanggan pada bagian B serta hubungan antara karakteristik teknis dan kebutuhan pelanggan pada bagian D. Hasil perhitungan ini menggambarkan kontribusi karakteristik teknis tersebut pada kinerja produk secara keseluruhan.
 2. Informasi untuk membandingkan kinerja teknis produk yang dirancang dengan kinerja teknis produk pesaing.
 3. Target kinerja teknis.

Adapun komponen detail *house of quality* adalah sebagai berikut:

1. *What* adalah keinginan atau kebutuhan konsumen, yang ditempatkan pada bagian A pada Gambar 2.1 di atas.
2. *How (technical descriptions)* adalah kebutuhan akan desain atau “bahasa teknis” produk atau jasa. Atau, secara sederhana, dapat dikatakan bahwa matrik. *How*s merupakan jawaban yang diberikan perusahaan atau permintaan dalam matrik *What*.
3. *Correlation matrix*, menjelaskan hubungan antara *What* dan *How*s. Korelasi ini dapat digambarkan dengan simbol kuat, cukup, dan lemah.
4. *Correlation roof matrix* menggambarkan hubungan antar *How*s. Korelasi ini dapat dibedakan menjadi korelasi positif dan negatif. Korelasi positif berarti bahwa antar technical descriptors saling mendukung. Akan tetapi bila korelasi negatif maka antar technical descriptors saling bertentangan, sehingga perlu dicermati dalam mengimplementasikannya, agar pelanggan tidak dirugikan. Karena mungkin kita menaikkan kualitas satu layanan tetapi justru akan menurunkan kualitas layanan yang lain.
5. *Competitive assessment* adalah penilaian produk atau jasa perusahaan tertentu dengan milik pesaing. Selain itu pada tahap ini juga dilakukan penelitian mengenai kondisi kemampuan *technical descriptor* yang telah ditetapkan.
6. *Customer requirement priorities* adalah prioritas yang diberikan konsumen terhadap kebutuhannya. Dalam tahap ini perhitungannya meliputi: information to

customer, target value, scaleup factor, sales point, dan nilai absolute weight.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Prioritas Kualitas Produk Menurut Persepsi Konsumen

Mengukur tingkat kepentingan masing-masing atribut menurut pihak konsumen yaitu dengan meminta pihak konsumen untuk menilai sesuai dengan *range* yang telah ditentukan. Pemberian bobot dimulai dari yang sangat penting dengan nilai 6 sampai dengan atribut yang sangat tidak penting dengan nilai 1. Bobot yang diberikan oleh tiap responden dihitung rata-rata dengan rumus :

$$WAP = \frac{\sum (\text{jumlah jawaban responden pada skala ke-}i\text{)}}{\text{jumlah responden}}$$

Berikut adalah tabel 3.1 yang menunjukkan urutan prioritas kebutuhan konsumen berdasarkan hasil rata-rata terhadap atribut kualitas produk.

TABEL 3.1 PRIORITAS KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT KUALITAS PRODUK BERDASARKAN NILAI RATA-RATA

No	Prioritas Konsumen Terhadap Atribut Kualitas Produk	Rata-Rata Kepentingan
1.	Bahan utama sepatu (<i>upper</i>) tidak mudah sobek	5,8
2.	<i>Midsole</i> tidak mudah rusak	5,7
3.	Lem pada sepatu kuat	5,8
4.	Jahitan pada sepatu kuat	5,8
5.	Tali sepatu tidak mudah rusak atau putus	5,3
6.	Bantalan sepatu (<i>insole</i>) empuk	5,8
7.	Sepatu nyaman dalam pemakaian jangka panjang	5,8
8.	Harga terjangkau	5,6
9.	Warna yang menarik	5,7
10.	Desain yang menarik	5,7
11.	Garansi produk	5,6
12.	Ringan dalam pemakaian	5,8

13.	Sepatu nyaman dipakai sehari-hari	5,8
14.	Kesesuaian bentuk (desain atau model) sepatu	5,7
15.	Tersedia variasi ukuran sepatu	5,7

Sumber: Hasil Kuesioner, Mei 2020

B. Proses Produksi yang Dilakukan Oleh PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung Untuk Memenuhi Kualitas Produk yang Diinginkan Oleh Konsumen. (Technical Characteristic)

Proses produksi didapatkan dengan cara wawancara dan konsultasi dengan pihak PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung. Berikut adalah proses produksi yang dilakukan PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung seperti yang tercantum pada tabel 3.2 dibawah ini.

TABEL 3.2 PROSES PRODUKSI

No	Proses Produksi
1.	Menentukan kualitas bahan utama sepatu
2.	Menentukan kualitas benang jahit
3.	Menentukan kualitas <i>sole</i>
4.	<i>Designing</i>
5.	Variasi ukuran sepatu
6.	<i>Production checking</i>
7.	<i>Coloring</i>
8.	<i>Sample model</i>
9.	<i>Weartest</i>
10.	Garansi

Sumber: Hasil Wawancara, Maret 2020

C. Hubungan Prioritas Kualitas Produk Menurut Persepsi Konsumen Dengan Proses Produksi yang Dilakukan oleh PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung.

Berikut ini adalah gambar 3.3 Yang menunjukkan hubungan prioritas kualitas produk menurut persepsi konsumen dengan proses produksi yang dilakukan PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung. Angka atau simbol yang digunakan dalam hubungan antara keduanya yaitu seperti sebagai berikut:

TABEL 3.3 SIMBOL RELASI CUSTOMER NEEDS DENGAN TECHNICAL CHARACTERISTICS

symbol	Name	point
(kosong)	tidak ada hubungan	0
△	hubungan lemah	1
○	hubungan sedang	3
●	hubungan kuat	9

Sumber : Foster (2017:183)

Dari Tabel 3.3 dapat dilihat nilai dan pengertian untuk masing-masing simbol dalam matriks relationship. Misalkan untuk simbol ●, nilai untuk simbol tersebut adalah 9. Hal ini berarti hubungan antara atribut kebutuhan dengan karakteristik teknis memiliki hubungan yang kuat dan saling mempengaruhi.

Customer needs	Technical Characteristic	Memenuhi kualitas bahan utama sepatu	Kualitas barang jahit	Kualitas sole	Designing	Variasi ukuran sepatu	Production checking	Colorway	Sample model	Wearer	Garansi
Bahan utama tidak mudah sobek		●							●		
Midsole tidak mudah rusak			●								
Lem pada sepatu kuat							○				
Jahitan pada sepatu kuat			●								
Tali sepatu tidak mudah rusak atau putus				●			○			○	
Bantalan sepatu (insole) empuk							○		○		
Sepatu nyaman dalam pemakaian jangka panjang		●	△	●		○				●	
Harga terjangkau		○	○	○							
Warna yang menarik								●			
Desain yang menarik					●				○	○	
Garansi produk											●
Ringan dalam pemakaian		●		●						●	
Sepatu nyaman dipakai sehari-hari		●		●						○	
Kesesuaian bentuk (desain atau model) sepatu					●	○			●		
Tersedia variasi ukuran sepatu		△				●	○				

Gambar 3. 1 Customer needs and Technical Characteristic Relationship

Sumber : hasil data penelitian

D. Prioritas proses produksi yang seharusnya dilakukan oleh PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung.

• Goal

Penentuan goal pada setiap atribut kebutuhan berdasarkan hasil brainstorming dengan PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan dan kepuasan konsumen perusahaan pesaing dengan range nilai penetapan goal adalah sama dengan range tingkat kepuasan yaitu 1 sampai 5. Nilai goal selengkapnya dapat dilihat dalam Tabel 3.4 berikut:

TABEL 3. 4 ATRIBUT KEBUTUHAN

No	Atribut Kebutuhan	Goal
1.	Bahan utama sepatu (upper) tidak mudah sobek	3

2.	Midsole tidak mudah rusak	3
3.	Lem pada sepatu kuat	4
4.	Jahitan pada sepatu kuat	4
5.	Tali sepatu tidak mudah rusak atau putus	3
6.	Bantalan sepatu (insole) empuk	4
7.	Sepatu nyaman dalam pemakaian jangka panjang	4
8.	Harga terjangkau	5
9.	Warna yang menarik	3
10.	Desain yang menarik	4
11.	Garansi produk	5
12.	Ringan dalam pemakaian	5
13.	Sepatu nyaman dipakai sehari-hari	4
14.	Kesesuaian bentuk (desain atau model) sepatu	4
15.	Tersedia variasi ukuran sepatu	3

Sumber : wawancara dengan perusahaan.

Dari Tabel 3.4 dapat dilihat nilai goal untuk setiap atribut kebutuhan. Contohnya, pada atribut Midsole tidak mudah rusak, nilai goal yang diberikan adalah 3. Hal ini menunjukkan bahwa perlu adanya perbaikan untuk atribut tersebut agar tingkat kepuasan pelanggan menjadi sangat puas.

• Improvement Ratio

Setelah menentukan goal, tahan selanjutnya yaitu menghitung improvement ratio. Improvement ratio menunjukkan seberapa besar usaha dan perhatian yang diperlukan untuk pengembangan PT. Geoff Maksimal Jaya agar dapat memenuhi goal yang telah ditentukan sebelumnya. Nilai improvement ratio ditentukan dengan rumus:

$$\text{Improvement Ratio} = \frac{\text{Goal}}{\text{Customer Satisfaction Performance}}$$

TABEL 3. 5 IMPROVEMENT RATIO

No	Customer needs	Improvement Ratio
1.	Bahan utama sepatu (upper) tidak mudah sobek	0,57

2.	Midsole tidak mudah rusak	0,55
3.	Lem pada sepatu kuat	0,75
4.	Jahitan pada sepatu kuat	0,75
5.	Tali sepatu tidak mudah rusak atau putus	0,63
6.	Bantalan sepatu (<i>insole</i>) empuk	0,71
7.	Sepatu nyaman dalam pemakaian jangka panjang	0,74
8.	Harga terjangkau	0,89
9.	Warna yang menarik	0,61
10.	Desain yang menarik	0,75
11.	Garansi produk	0,94
12.	Ringan dalam pemakaian	0,89
13.	Sepatu nyaman dipakai sehari-hari	0,71
14.	Kesesuaian bentuk (desain atau model) sepatu	0,72
15.	Tersedia variasi ukuran sepatu	0,53

Sumber : hasil perhitungan peneliti

Dari Tabel 3.5 dapat dilihat nilai improvement ratio untuk setiap atribut kebutuhan. Misalkan untuk atribut garansi produk, nilai improvement ratio untuk atribut tersebut adalah 0,94. Berarti usaha yang diperlukan GeoffMax untuk pengembangan atribut tersebut agar dapat memenuhi goal yang telah ditentukan sebelumnya tidak terlalu sulit dibandingkan atribut dengan nilai improvement ratio yang lainnya.

- **Sales Point**

Selanjutnya, setelah mendapatkan improvement ratio tahan selanjutnya yaitu menetapkan sales point. Sales point adalah nilai jual yang dimiliki produk berdasarkan seberapa baik kebutuhan pelanggan terpenuhi. Berikut adalah tabel sales point Geoff Max:

TABEL 3. 6 NILAI SALES POINT

No	Customer needs	Sales Point
1.	Bahan utama sepatu (<i>upper</i>) tidak mudah sobek	2

2.	Midsole tidak mudah rusak	2
3.	Lem pada sepatu kuat	2
4.	Jahitan pada sepatu kuat	2
5.	Tali sepatu tidak mudah rusak atau putus	1
6.	Bantalan sepatu (<i>insole</i>) empuk	2
7.	Sepatu nyaman dalam pemakaian jangka panjang	2
8.	Harga terjangkau	2
9.	Warna yang menarik	1
10.	Desain yang menarik	2
11.	Garansi produk	2
12.	Ringan dalam pemakaian	2
13.	Sepatu nyaman dipakai sehari-hari	2
14.	Kesesuaian bentuk (desain atau model) sepatu	2
15.	Tersedia variasi ukuran sepatu	2

Sumber : hasil wawancara perusahaan

Dari Tabel 3.6 dapat dilihat arti dari kedua nilai yang diberikan pada penentuan *sales point*. Misalkan pada atribut tali sepatu tidak mudah rusak dan warna yang menarik diberi nilai 1, pengertian dari nilai tersebut yaitu atribut tidak memiliki daya jual (daya jual rendah). Berarti atribut tersebut tidak menjadi daya tarik dari perusahaan untuk penjualan produk.

- **Raw Weight**

Raw weight atau *absolute weight* menunjukkan bobot kepentingan secara menyeluruh terhadap setiap atribut kebutuhan. Nilai *Raw Weight* dipengaruhi oleh tingkat kepentingan, *improvement ratio*, dan *sales point*, sehingga:

$$\text{Raw Weight} = \text{Importance to Customer} \times \text{Improvement Ratio} \times \text{Sales Point}$$

TABEL 3. 7 NILAI RAW WEIGHT

No	Customer needs	Raw Weight
----	----------------	------------

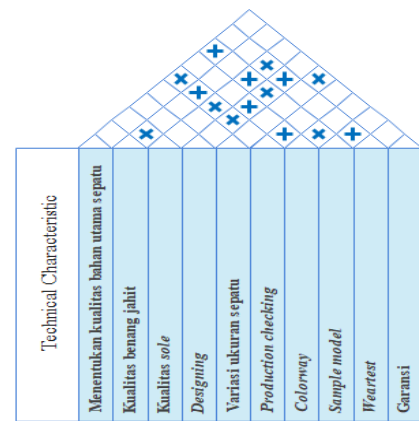
1.	Bahan utama sepatu (<i>upper</i>) tidak mudah sobek	6,61
2.	<i>Midsole</i> tidak mudah rusak	6,27
3.	Lem pada sepatu kuat	8,70
4.	Jahitan pada sepatu kuat	8,70
5.	Tali sepatu tidak mudah rusak atau putus	3,34
6.	Bantalan sepatu (<i>insole</i>) empuk	8,24
7.	Sepatu nyaman dalam pemakaian jangka panjang	8,58
8.	Harga terjangkau	9,97
9.	Warna yang menarik	3,47
10.	Desain yang menarik	8,55
11.	Garansi produk	10,53
12.	Ringan dalam pemakaian	10,32
13.	Sepatu nyaman dipakai sehari-hari	8,24
14.	Kesesuaian bentuk (desain atau model) sepatu	8,21
15.	Tersedia variasi ukuran sepatu	6,04

Sumber : hasil perhitungan peneliti.

Dari Tabel 4.11 dapat dilihat bahwa nilai *raw weight* terbesar untuk atribut garansi produk yaitu sebesar 10,53. Hal ini disebabkan tingginya komitmen perusahaan untuk memperbaiki atribut yang memiliki tingkat kepuasan cukup rendah ini yang ditunjukkan oleh penetapan nilai *goal* yang cukup tinggi.

E. Hubungan antar proses produksi yang dilakukan oleh PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung.

Matrik ini menunjukkan hubungan maupun kemandirian antar karakteristik teknis. Ada 3 kemungkinan hubungan maupun kemandirian di antara karakteristik teknis yang dinyatakan dengan simbol. Berikut adalah gambar dari hubungan antar upaya operasional yang dilakukan perusahaan dalam memenuhi kualitas produk yang diprioritaskan konsumen:



Gambar 3. 2 Hubungan Antar Technical Characteristic

Sumber : hasil penelitian

F. Prioritas kualitas produk menurut persepsi PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung.

Setelah dilakukannya penyebaran kuesioner tentang kepuasan konsumen terhadap produk sepatu GeoffMax, hasil kuesioner dari konsumen dilakukan perhitungan untuk tingkat kepuasannya. Berikut tabel hasil perhitungannya:

TABEL 3. 8 CUSTOMER SATISFACTION

No	Customer needs	Customer Satisfaction
1.	Bahan utama sepatu (<i>upper</i>) tidak mudah sobek	5,3
2.	<i>Midsole</i> tidak mudah rusak	5,5
3.	Lem pada sepatu kuat	5,3
4.	Jahitan pada sepatu kuat	5,3
5.	Tali sepatu tidak mudah rusak atau putus	4,8
6.	Bantalan sepatu (<i>insole</i>) empuk	5,6
7.	Sepatu nyaman dalam pemakaian jangka panjang	5,4
8.	Harga terjangkau	5,6
9.	Warna yang menarik	4,9
10.	Desain yang menarik	5,3
11.	Garansi produk	5,3
12.	Ringan dalam pemakaian	5,6

13.	Sepatu nyaman dipakai sehari-hari	5,6
14.	Kesesuaian bentuk (desain atau model) sepatu	5,5
15.	Tersedia variasi ukuran sepatu	5,7

Sumber : hasil penelitian.

G. Prioritas kualitas produk menurut persepsi pesaing.

Konsumen produk pesaing diperlukan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pelanggan pesaing apabila dibandingkan dengan pelanggan sepatu GeoffMax. Responden melakukan penilaian dengan cara menjawab seluruh pertanyaan kepuasan di dalam kuesioner penelitian yang diberikan. Dari hasil penyebaran kuesioner, dilakukan perhitungan untuk tingkat kepuasan. Perhitungan dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata dari seluruh jawaban responden dengan metode *Weighted Average Performance (WAP)*.

$$WAP = \frac{\sum (\text{jumlah jawaban responden pada skala ke-}i)}{\text{jumlah responden}}$$

TABEL 3. 9 CUSTOMER SATISFACTION COMPETITOR

No	Customer needs	Customer Satisfaction
1.	Bahan utama sepatu (<i>upper</i>) tidak mudah sobek	5,17
2.	<i>Midsole</i> tidak mudah rusak	5,13
3.	Lem pada sepatu kuat	5,13
4.	Jahitan pada sepatu kuat	5,13
5.	Tali sepatu tidak mudah rusak atau putus	5,1
6.	Bantalan sepatu (<i>insole</i>) empuk	5,07
7.	Sepatu nyaman dalam pemakaian jangka panjang	5,20
8.	Harga terjangkau	5,03
9.	Warna yang menarik	5,2
10.	Desain yang menarik	4,67
11.	Garansi produk	5,17

12.	Ringan dalam pemakaian	5,13
13.	Sepatu nyaman dipakai sehari-hari	5,27
14.	Kesesuaian bentuk (desain atau model) sepatu	5
15.	Tersedia variasi ukuran sepatu	5,30

Sumber : hasil penelitian

H. Kesenjangan antara prioritas kualitas produk menurut persepsi PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung dengan prioritas kualitas produk menurut persepsi pesaing dan perusahaan yang paling mendekati prioritas kualitas konsumen.

Berikut adalah tabel 3.10 yang menunjukkan perbandingan antara customer satisfaction PT. Geoff Maksimal Jaya dengan customer satisfaction Ventela.

TABEL 3. 10 COMPETITIVE BENCHMARKING

No	Customer Needs	Geoff Max	Ventela
1.	Bahan utama sepatu (<i>upper</i>) tidak mudah sobek	5,3	5,17
2.	<i>Midsole</i> tidak mudah rusak	5,5	5,13
3.	Lem pada sepatu kuat	5,3	5,13
4.	Jahitan pada sepatu kuat	5,3	5,13
5.	Tali sepatu tidak mudah rusak atau putus	4,8	5,1
6.	Bantalan sepatu (<i>insole</i>) empuk	5,6	5,07
7.	Sepatu nyaman dalam pemakaian jangka panjang	5,4	5,20
8.	Harga terjangkau	5,6	5,03
9.	Warna yang menarik	4,9	5,2
10.	Desain yang menarik	5,3	4,67
11.	Garansi produk	5,3	5,17

12.	Ringan dalam pemakaian	5,6	5,13
13.	Sepatu nyaman dipakai sehari-hari	5,6	5,27
14.	Kesesuaian bentuk (desain atau model) sepatu	5,5	5
15.	Tersedia variasi ukuran sepatu	5,7	5,30

Sumber : Hasil Penelitian.

Part competitive benchmarking dapat digunakan untuk menganalisis perbandingan antara perusahaan dengan pesaing. Adapun dalam penelitian ini yang menjadi pesaing Geoff Max adalah Ventela yang merupakan perusahaan *fashion* yang sama-sama bergerak dalam bisnis sepatu. Tahap ini bertujuan untuk memberikan masukan dalam atribut yang harus ditingkatkan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya terhadap Geoff Max.

Seperti pada tabel atribut diatas, perusahaan yang paling mendekati prioritas kualitas konsumen atau customer satisfaction-nya hampir semua sudah unggul yaitu Geoff Max dari produk Ventela. Tetapi perusahaan Geoff Max masih harus meningkatkan bagian dari atribut tali yang mudah rusak dan warna yang menarik agar dapat setara dengan pesaing atau lebih tinggi dari pesaing.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

9. Dari hasil penelitian, didapat bahwa keinginan konsumen terhadap kualitas produk sepatu dari PT. Geoff Maksimal Jaya yang terdiri dari 15 indikator yang sudah di uji validitas dan reliabilitas. Berdasarkan peringkat kualitas yang diprioritaskan konsumen adalah bahan utama sepatu (*upper*) tidak mudah sobek, *midsole* tidak mudah rusak, lem pada sepatu kuat, jahitan pada sepatu kuat, tali sepatu tidak mudah rusak atau putus, bantalan sepatu (*insole*) empuk, sepatu nyaman dalam pemakaian jangka panjang, harga terjangkau, warna yang menarik, desain yang menarik, garansi produk, ringan dalam pemakaian, sepatu nyaman dipakai sehari-hari, kesesuaian bentuk (desain atau model) sepatu, dan tersedia variasi ukuran sepatu.
10. Geoff Max memiliki 10 upaya operasional atau *technical characteristics* yang dilakukan guna untuk memenuhi keinginan konsumen, yaitu: menentukan kualitas bahan utama sepatu, menentukan kualitas benang jahit, menentukan kualitas *sole*, *designing*, variasi ukuran sepatu,

product checking, *coloring*, *sample modeol*, *weartest*, dan garansi.

11. Hubungan antara *customer needs* dengan *technical characteristics* perusahaan, yang memperoleh nilai paling tinggi yaitu kualitas *sole* pada sepatu Geoff Max.
12. Prioritas yang seharusnya paling diperhatikan oleh Geoff Max adalah tali sepatu yang mudah putus atau rusak.
13. *Technical characteristic* perusahaan yang paling kuat *designing* dan *production checking*.
14. Prioritas kualitas berdasarkan peringkat yang di urutkan oleh produsen adalah:
 - a. Tersedia variasi ukuran sepatu
 - b. Bantalan sepatu (*insole*) empuk
 - c. Harga terjangkau
 - d. Ringan dalam pemakaian
 - e. Sepatu nyaman dipakai sehari-hari
 - f. *Midsole* tidak mudah rusak
 - g. Kesesuaian bentuk (desain atau model) sepatu
 - h. Sepatu nyaman dalam pemakaian jangka panjang
 - i. Bahan utama sepatu (*upper*) tidak mudah sobek
 - j. Desain yang menarik
 - k. Garansi produk
 - l. Lem pada sepatu kuat
 - m. Jahitan pada sepatu kuat
 - n. Warna yang menarik
 - o. Tali sepatu tidak mudah rusak atau putus
15. Terdapat 2 indikator yang lebih unggul pada Ventela, yaitu warna yang menarik dan tali sepatu yang tidak mudah rusak.
16. Dari hasil penelitian dapat dilihat pada bagian kanan *house of quality*, produk Geoff Max sudah lebih unggul dari perusahaan pesaing dengan angka yang dihasilkan hampir bersaing dengan kompetitor tetapi sudah cukup mencapai target perusahaan, karena lebih mendekati prioritas kualitas berdasarkan persepsi konsumen.

V. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah diambil, maka penulis memberikan saran dalam rangka untuk meningkatkan kualitas produk pada PT. Geoff Maksimal Jaya Bandung antara lain sebagai berikut :

1. Sebaiknya pihak PT. Geoff Maksimal Jaya melakukan pengembangan kembali dengan memperhatikan urutan prioritas berdasarkan prosedur kualitas hasil dari pengolahan dan analisis dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* agar sesuai dengan harapan konsumen.
2. Dalam melakukan pengembangan *technical characteristics* untuk memenuhi keinginan

konsumen, salah satunya adalah melakukan yang terbaik dalam segala pemilihan material dan teknis produksinya.

3. Perlu penambahan variasi warna dan kualitas tali sepatu pada produk Geoff Max agar dapat memberikan pilihan lain untuk konsumen dan memperluas segmentasi pasar dan yang paling kuat hubungannya harus dipertahankan.
4. Teknik produksi yang paling harus diprioritaskan yaitu pemilihan untuk tali sepatu agar tidak mudah putus atau rusak.
5. Dalam melakukan proses produksinya, perusahaan bisa memberikan hal yang lebih spesifik lagi agar dapat lebih menghasilkan yang terbaik.
6. Untuk hasil dari *customer satisfaction*, perusahaan harus lebih meningkatkan lagi dalam proses produksi dan lebih melihat dari keinginan konsumen agar tidak membuat konsumen bosan atau pindah ke kompetitor lain.
7. Pihak PT. Geoff Maksimal Jaya sebaiknya mempertahankan kenyamanan produknya yaitu sepatu dan meningkatkan lagi dari beberapa hal yang dapat menaikkan brand juga tentunya kualitas sepatunya sendiri.
8. Menambah luas penelitian *quality function deployment (QFD)* ketahap selanjutnya agar dapat mengetahui *point-point* yang harus di kembangkan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Akasya, Nur. 2018. "*Pengaruh Lini Produk dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Kue Bakpia di "Home Industri Saudara" Pekanbaru*". Skripsi thesis. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Hal 1-26. Diakses 16 Maret 2020.
- [2] Chen, L.-H., Ko, W.-C., dan Yeh, F.-T. 2017. "*Approach based on fuzzy goal programming and quality function deployment for new product planning*". European Journal of Operational Research. vol. 259, hal 654-663. Diakses 5 Juni 2020.
- [3] Hakim, Arief Luqman. 2017. "*Analisis Kualitas Layanan Dengan Metode quality Function Deployment (QFD) Pada J&T Express. (Studi Kasus: J&T Express, Cabang Benowo-Surabaya)*". undergraduate thesis, Universitas Muhammadiyah Gresik. Hal 7-32. Diakses 27 Juni 2020.
- [4] Heizer, J., Render, B. & Munson, C., 2017. *Principles of Operations Management Sustainability and Supply Chain Management*. London: Pearson.
- [5] Stevenson, W.J., Chuong, S.C. 2015. *Operations Management, Twelfth Edition*. United States of America.
- [6] Wijaya, Tony. 2018. *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi kedua. PT Indeks. Jakarta.