

## Pengembangan Desain Produk Tas Gadukan Guna Meningkatkan Daya Saing Ikm

M. Junaidi Hidayat<sup>\*1)</sup>, Lukmandono<sup>2)</sup>, Ni Luh Putu Hariastuti<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup> Jurusan Desain Produk, Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya

<sup>2,3)</sup> Jurusan Teknik Industri, Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya

Jl. Arief Rahman Hakim No. 100 Surabaya 60117 Telp. (031) 5994620

Email : junaidi.hidayat09@gmail.com, lukmandono@gmail.com, putu\_hrs@yahoo.com

### ABSTRAK

Salah satu sentra produksi tas wanita yang menjadi ikon di kota Surabaya adalah sentra IKM yang berada di Kampung Unggulan Gadukan, Surabaya. Kampung ini terletak di Jalan Gadukan Baru, kelurahan Morokrempangan, kecamatan Krembangan. Saat ini, dengan meningkatnya persaingan di era pasar bebas membuat sentra IKM pembuat tas wanita harus siap menghadapi berbagai pesaing. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melakukan pengembangan produk dengan memberikan pengetahuan dan teknik untuk merancang mutu proses pembuatan produk dengan mempertimbangkan kepentingan konsumen, kemampuan internal IKM dan pesaing. Tujuan dari penelitian ini adalah menentukan urutan tingkat kepentingan (ranking) persyaratan teknis, dan menentukan target kinerja persyaratan teknis produk tas wanita yang dikembangkan berdasarkan pada kebutuhan dan keinginan konsumen. Dari hasil perhitungan penentuan prioritas untuk respon teknis didapatkan bahwa terdapat 11 urutan ranking prioritas yaitu: (1) jenis bahan utama, (2) bentuk bagian utama, (3) kulit syntetic, (4) proses perakitan tas, (5) bahan baku tipis dan ringan, (6) jenis bahan tambahan, (7) bentuk bagian tambahan, (8) terdapat beberapa separasi, (9) warna bagian utama, (10) tali tas kuat dan (11) warna bagian tambahan.

**Kata kunci :** *Ranking Technical Response Priority, Respon Teknis, Rumah Kualitas, Tas Wanita*

### 1. Pendahuluan

Salah satu sentra produksi tas wanita yang menjadi ikon di kota Surabaya adalah sentra IKM yang berada di Kampung Unggulan Gadukan, Surabaya. Kampung ini terletak di Jalan Gadukan Baru, kelurahan Morokrempangan, kecamatan Krembangan. Menurut salah satu pengrajin IKM, usaha pembuatan tas ini sudah dimulai sejak tahun 1975-an yang awalnya pengrajin tersebut bekerja pada pengusaha, tetapi setelah itu berinisiatif membuka usaha sendiri dan mampu bertahan hingga saat ini. Pada awalnya hanya terdapat 6-7 orang pengrajin, seiring dengan perkembangan jaman dan permintaan pasar jumlah pengrajin saat ini mencapai 60 pengrajin. Kampung ini memiliki kapasitas produksi kurang lebih 11.400 lusin per bulan. Produk tersebut dipasarkan ke Surabaya hingga ke luar pulau. Dalam upaya mengenalkan produk ke masyarakat, IKM tersebut melakukan berbagai cara, diantaranya dengan *personal selling* dan berpartisipasi melalui pameran.

Meningkatnya persaingan di era pasar bebas (MEA) saat ini, maka sentra IKM pembuat tas wanita juga harus siap menghadapi berbagai pesaing. Mengingat kota Surabaya merupakan salah satu pusat bisnis terbesar setelah Jakarta dalam hal mode, kondisi ini akan menjadi sebuah peluang dengan mempertimbangkan ancaman untuk selalu melakukan pengembangan produk agar selalu diminati oleh konsumen. Salah satu permasalahan dalam sentra IKM ini adalah kurangnya desain tas yang mampu menarik minat konsumen sehingga diperlukan upaya dalam hal pengembangan produk dengan memberikan pengetahuan dan teknik kepada sentra IKM untuk merancang mutu proses pembuatan produk dengan mempertimbangkan kepentingan konsumen, kemampuan internal IKM dan pesaing.

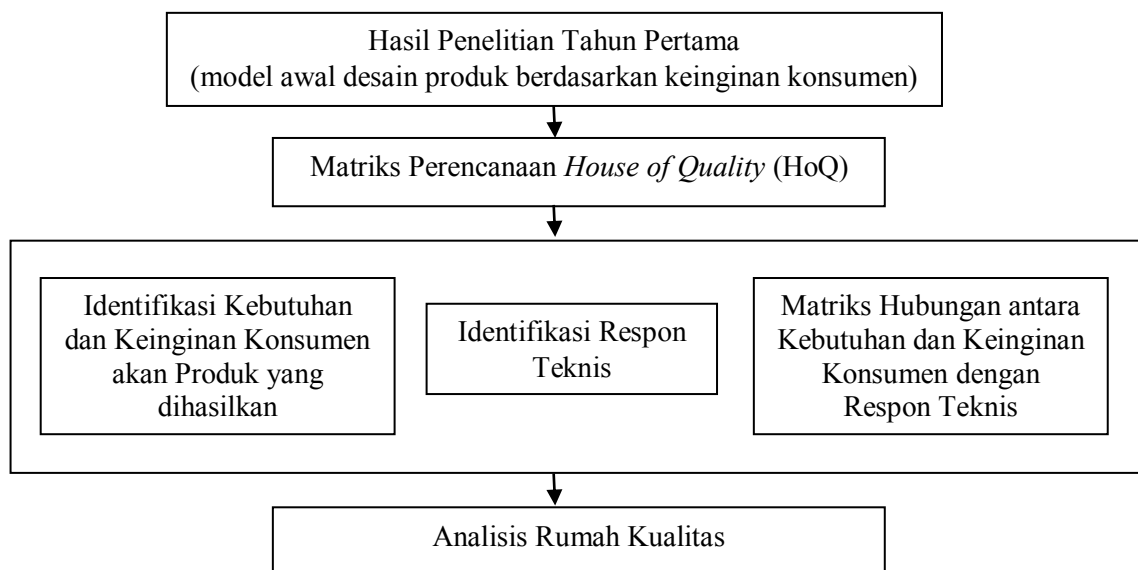
Teknik yang digunakan untuk merancang mutu diantaranya adalah QFD (*quality function deployment*). Teknik ini biasa digunakan di berbagai perusahaan manufaktur dan jasa untuk merancang produk, proses, sistem dengan mempertimbangkan suara konsumen (*voice of customer*) dan kinerja pesaing. Teknik QFD digunakan dengan mengutamakan (Cohen, 1995):

(1) pendekatan tim kerja yang terdiri dari berbagai fungsi, (2) penilaian secara rinci & terukur rancangan mutu yang akan dikembangkan dan diimplementasikan, (3) komitmen semua orang baik diberbagai fungsi perusahaan maupun di berbagai level manajemen, dan (4) penekanan pada informasi tuntutan konsumen dan *benchmarking* kinerja pesaing.

Tujuan dari penelitian ini adalah menentukan urutan tingkat kepentingan (*ranking*) persyaratan teknis, dan menentukan target kinerja persyaratan teknis produk tas wanita yang dikembangkan berdasarkan pada kebutuhan dan keinginan konsumen dengan cara membangun rumah kualitas, menentukan respon teknisnya, dan membuat matriks hubungan antara kebutuhan dan keinginan konsumen dengan respon teknis sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas secara total (Tjiptono, dkk 2008).

## 2. Metode

Penelitian ini merupakan penelitian tahun kedua sebagai lanjutan dari penelitian sebelumnya. Pada tahap awal (tahun pertama) telah dilakukan proses identifikasi kebutuhan konsumen berdasarkan atas besarnya nilai harapan dan persepsi sebagai bagian dari riset pasar (NLP Hariastuti, 2016). Langkah berikutnya pada penelitian ini adalah membuat matriks perencanaan dengan pendekatan *House of Quality* (HoQ), mengidentifikasi respon teknis, membuat matriks hubungan antara kebutuhan dan keinginan konsumen dengan respon teknis, hingga membuat rumah kualitas. Tahapan penelitian dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Langkah Penelitian

Langkah-langkah dalam membuat rumah kualitas adalah sebagai berikut:

1. Membangun data atau informasi yang diperoleh dari hasil penelitian pasar tentang kebutuhan dan keinginan konsumen atas produk tas wanita.
2. Menentukan persyaratan teknis untuk produk tas wanita.
3. Melakukan penilaian manajemen mengenai kekuatan hubungan antara elemen-elemen yang ada pada bagian persyaratan teknis terhadap kebutuhan konsumen yang dipengaruhinya. Kekuatan hubungan ditunjukkan dengan menggunakan simbol tertentu.
4. Menunjukkan korelasi antara persyaratan teknis yang satu dengan persyaratan-persyaratan teknis yang lain.
5. Menentukan urutan tingkat kepentingan (*ranking*) persyaratan teknis, dan menentukan target kinerja persyaratan teknis produk tas wanita yang dikembangkan.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian pada tahap pertama tentang analisis kepuasan konsumen atas kualitas produk yang diterima melalui hasil kuesioner antara nilai persepsi dan harapan, maka telah terbentuk kriteria kualitas produk yang menjadi prioritas pengembangan. Ada 9 kriteria yang menjadi dasar pengembangan produk tas wanita (NLP Hariastuti, 2016), yaitu: (1) daya tahan produk, (2) multi fungsi, (3) ruangan dalam tas, (4) kualitas tas, (5) warna, (6) bentuk tas/design tas, (7) kenyamanan tas, (8) material tas, dan (9) keawetan produk/tidak mudah rusak. Kesembilan kriteria kualitas tersebut terangkum dalam 6 dimensi kualitas produk yang akan menjadi dasar dalam pengembangan rumah kualitas.

Tabel 1. Kriteria Kualitas Tas Wanita

Dimensi Kualitas Produk	Simbol	Kriteria Kualitas
Dimensi <i>Features</i>	DF 1	Multi fungsi
	DF 2	Ruang dalam tas
Dimensi <i>Kualitas</i>	DK1	Kualitas tas
Dimensi <i>Estetika</i>	DE1	Warna
	DE2	Bentuk tas
Dimensi <i>Durability</i>	DD1	Daya tahan tas
	DD2	Material tas
Dimensi <i>Performance</i>	DP1	Kenyamanan tas
Dimensi <i>Reliability</i>	DR1	Keawetan tas

Berdasarkan kriteria kualitas yang diinginkan oleh konsumen ini kemudian dilakukan pembobotan keinginan konsumen untuk mengetahui tingkat prioritas yang diinginkan oleh konsumen sebagai dasar pembentukan respon teknis. Pembobotan dilakukan melalui matriks perbandingan berpasangan seluruh kriteria dengan memberikan nilai nol (0) atau satu (1) tergantung pada tingkat kepentingan yang diinginkan oleh konsumen. Matriks pembobotan keinginan konsumen dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Matriks Pembobotan Keinginan Konsumen

Keinginan Konsumen	Keinginan Konsumen									Total	Bobot
	Multi Fungsi	Ruang dalam tas	Kualitas tas	Warna	Bentuk tas	Daya tahan tas	Material tas	Kenyamanan tas	Keawetan tas		
Multi fungsi	-	1	0	1	0	0	0	0	1	3	10
Ruang dalam tas	0	-	0	0	1	0	0	0	1	2	6
Kualitas tas	1	1	-	1	1	0	0	1	1	5	16
Warna	0	1	0	-	0	0	1	0	0	2	6
Bentuk tas	1	0	0	1	-	1	1	1	0	4	13
Daya tahan tas	1	1	1	1	0	-	1	1	0	5	16
Material tas	1	1	1	0	0	0	-	0	1	3	10
Kenyamanan tas	1	1	0	1	0	0	1	-	0	3	10
Keawetan tas	0	0	0	1	1	1	0	1	-	4	13
										31	100

Dari matriks diatas dapat disimpulkan bahwa berdasarkan bobot kepentingan maka secara urutan prioritas kriteria kebutuhan konsumen akan tas wanita adalah: (1) kualitas tas, (2) daya tahan tas, (3) bentuk tas, (4) keawetan tas, (5) multi fungsi, (6) material tas, (7) kenyamanan tas, (8) ruang dalam tas, dan (9) warna.

Setelah kriteria prioritas pengembangan telah terbentuk, langkah berikutnya adalah menentukan respon teknis (*technical response*) yang terdiri dari karakteristik teknis yang mendeskripsikan desain produk tas wanita yang akan dikembangkan. Karakteristik teknis ini didapatkan dari *voice of customer*. Proses ini merupakan langkah untuk menjawab dari pertanyaan *how* (bagaimana) kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Penerjemahan dilakukan melalui proses *brainstorming* antara peneliti dengan pihak IKM yang telah terbiasa membuat produk tas wanita. Berikut adalah karakteristik teknis dari produk tas wanita.

Tabel 3. Respon Teknis Produk Tas Wanita

Kebutuhan Konsumen	Respon Teknis
Kualitas tas	Bahan baku tipis dan ringan
	Tali tas kuat
	Proses perakitan tas
Daya tahan tas	Tali tas kuat
	Bahan baku tipis dan ringan
Bentuk tas	Jenis bahan utama
	Jenis bahan tambahan
Keawetan tas	Jenis bahan utama
	Jenis bahan tambahan
Multi fungsi	Bentuk bagian utama
	Bentuk bagian tambahan
Material tas	Kulit <i>syntetic</i>
Kenyamanan tas	Bentuk bagian utama
	Bentuk bagian tambahan
Ruang dalam tas	Terdapat beberapa separasi
Warna tas	Warna bagian utama
	Warba fitur tambahan

Dari hasil respon teknis ini kemudian dilakukan identifikasi hubungan antara kriteria produk tas wanita yang diinginkan konsumen dengan respon teknis. Menurut Cohen (1995), bentuk hubungan (*relationship*) dapat dikategorikan menjadi tiga macam yaitu :

1. Hubungan kuat (●) dengan nilai perhitungan bobot sebesar 9
2. Hubungan sedang (○) dengan nilai perhitungan bobot sebesar 3
3. Hubungan lemah dengan (△) nilai perhitungan bobot sebesar 1

Dalam membangun *technical matrix* juga mempertimbangkan *technical response priorities* yang berisi nilai kontribusi yang diperoleh dari hasil kali antara nilai *normalized row weight* dengan nilai *relationship* yang kemudian dijumlahkan untuk setiap kolom respon teknisnya. Nilai terbesar akan dipilih untuk dijadikan dasar prioritas dalam proses perbaikan respon teknis.

*Absolute* dan *relative importance* berguna untuk membantu dalam menentukan respon teknis mana yang akan mendapatkan prioritas untuk dilaksanakan terlebih dahulu. *Absolute importance* adalah suatu ukuran yang menunjukkan prioritas untuk dilaksanakan dengan melihat hubungan antara *technical response*, *customer requirement* dan tingkat kepentingan konsumen. Sedangkan *relative importance* adalah nilai dari *absolute importance* yang dinyatakan dengan persen kumulatif. Pengisian dan perhitungan yang diperoleh dari matriks-matriks pada *house of quality* akan digunakan sebagai pertimbangan utama dalam

pengembangan produk tas wanita. Hasil respon teknis akan dipenuhi sebagai bagian dari langkah pengembangan produk (Ulrich, 2012).

		Karakteristik Teknis											Normalized Row Weigh (%)
		Bahan baku tipis dan ringan	Tali tas kuat	Proses perakitan tas	Bentuk bagian utama	Bentuk bagian tambahan	Jenis bahan utama	Jenis bahan tambahan	Terdapat beberapa separasi	Warna bagian utama	Warna fitur tambahan	Kulit syntetic	
Kriteria Produk Tas Wanita	Kualitas tas	○		●			●	○				○	16
	Daya tahan tas	●	△				●	○				△	16
	Bentuk tas		△	●	●	○				△			13
	Keawetan tas	△	△				●	○				●	13
	Multi fungsi				●	○							10
	Material tas	△					●	○				●	10
	Kenyamanan tas				●	○							10
	Ruang dalam tas								●				6
	Warna									●	○		6
<i>Absolute Importance (AI)</i>		2,15	0,42	2,61	2,97	0,99	4,95	1,65	0,54	0,54	0,18	2,71	
<i>Relative Imprtnance (RI)</i>		11%	2%	13%	15%	5%	25%	8%	3%	3%	1%	14%	
<i>Ranking Technical Responce Priority</i>		5	10	4	2	7	1	6	8	9	11	3	

Gambar 2. Technical Matrix Produk Tas Wanita

Nilai tingkat kepentingan menunjukkan bahwa semakin tinggi nilainya, maka atribut tersebut semakin dirasakan penting eksistensinya oleh konsumen dalam hubungannya dengan perancangan produk tas wanita. Sedangkan tingkat kebutuhan yang ditunjukkan oleh nilai *row weight* diinterpretasikan sebagai tinggi/rendahnya nilai suatu atribut. Hal ini memberikan indikasi kebutuhan/keinginan untuk dilakukannya prioritas perbaikan terhadap rancangan produk oleh konsumen terutama ditujukan terhadap atribut yang mempunyai nilai *row weight* tinggi.

Dari hasil perhitungan penentuan prioritas untuk respon teknis didapatkan bahwa urutan ranking prioritas adalah jenis bahan utama, bentuk bagian utama, kulit syntetic, proses perakitan tas, bahan baku tipis dan ringan, jenis bahan tambahan, bentuk bagian tambahan, terdapat beberapa separasi, warna bagian utama, tali tas kuat dan warna bagian tambahan.

Tabel 4. Prioritas Karakteristik Teknis Produk Tas Wanita

No.	Respon Teknis	<i>Absolute Importance (AI)</i>	<i>Relative Importance (RI)</i>	<i>Ranking Technical Response Priority</i>
1	Bahan baku tipis dan ringan	2,15	11 %	5
2	Tali tas kuat	0,42	2 %	10
3	Proses perakitan tas	2,61	13 %	4
4	Bentuk bagian utama	2,97	15 %	2
5	Bentuk bagian tambahan	0,99	5 %	7
6	Jenis bahan utama	4,95	25 %	1
7	Jenis bahan tambahan	1,65	8 %	6
8	Terdapat beberapa separasi	0,54	3 %	8
9	Warna bagian utama	0,54	3 %	9
10	Warna bagian tambahan	0,18	1 %	11
11	Kulit Syantetic	2,71	14 %	3

Dengan mempertimbangkan nilai *relative importance* (RI) dan *ranking technical response priority* yang ada maka desain awal pengembangan tas wanita dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Rancangan Produk Tas Wanita

#### 4. Simpulan

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa untuk pengembangan produk tas wanita terdapat 6 dimensi kualitas produk, 9 kebutuhan/keinginan konsumen dan 11 respon teknis (jenis bahan utama, bentuk bagian utama, kulit syntetic, proses perakitan tas, bahan baku tipis dan ringan, jenis bahan tambahan, bentuk bagian tambahan, terdapat beberapa separasi, warna bagian utama, tali tas kuat dan warna bagian tambahan). Seluruh respon teknis yang dibangun dijadikan dasar dalam pembuatan konsep awal tas.

#### Acknowledgement

Terima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat (DRPM) yang telah mendukung dan mendanai paper ini melalui dana hibah Penelitian Produk Terapan (PPT) tahun anggaran 2017.

#### Daftar Pustaka

- Cohen, Lou. (1995). "Quality Function Deployment, How to Make QFD Work for You", Addison Wesley Publishing Company, Massachuset.
- NLP Hariastuti, Lukmandono. (2016). "Identifikasi Kebutuhan Konsumen akan Produk Tas Gadukan Guna Meningkatkan Daya Saing IKM", Seminar Internasional dan Konferensi Nasional IDEC, Surakarta 3-4 Mei
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. (2008). "Total Quality Management", Edisi Kelima, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Ulrich, Karl T, and Eppinger, Steven D. (2012). "Product Design and Development, 5th Edition, Boston: Irwin McGrawhill Co.