

PENGEMBANGAN KUALITAS KEMASAN PRODUK TEH GELAS DENGAN MENGGUNAKAN METODE (QFD) PADA PERUSAHAAN TEH TJANGKIR

Robertus Dimas¹, Dr. Ir. Ratna Purwaningsih S.T., M.T.²

¹Program Studi Teknik Industri S-1, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro, Jl. Prof. Soedarto, Tembalang, Kec. Tembalang, Kota Semarang, Jawa Tengah 50275, Indonesia

¹E-mail : b25dimas@gmail.com, ratna.tiundip@gmail.com

ABSTRAK

Desain produk adalah hal yang sangat penting di bidang manufaktur. Desain produk yang bagus akan dapat meningkatkan jumlah dan harga jual dari suatu produk. Dengan munculnya berbagai jenis produk minuman menjadikan persaingan di pasaran semakin ketat dan membuat produsen saling berlomba untuk memberikan desain yang terbaik untuk menarik minat perhatian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kriteria kemasan produk yang baik pada perusahaan Teh Tjankir dengan menggunakan HOQ untuk melihat berapa nilai kepentingan kriteria kemasan produk yang diinginkan pelanggan. Untuk mengidentifikasi kriteria kemasan produk yang baik tersebut digunakan metode QFD (Quality Function Deployment). Digunakannya metode QFD ini karena QFD sendiri mengutamakan hasil dari *Voice of Customer*. Dari hasil analisa diketahui bahwa pada pengembangan desain produk Teh Gelas Tjankir yang paling penting diperbaiki sesuai keinginan konsumen berdasarkan *voice of customer* adalah kemasan produk yang tidak mudah pecah, produk dengan kualitas terbaik, kemasan yang bisa didaur ulang dan kemasan produk yang tahan lama.

Kata Kunci: Desain Produk, *House of Quality*, *Quality Function Deployment*.

1. Pendahuluan

Di era modern saat ini, perkembangan di dunia perindustrian semakin pesat. Dimana produsen saling bersaing untuk memberikan desain yang terbaik dan menarik untuk menarik perhatian konsumen sehingga memiliki daya jual yang tinggi dan profit yang didapatkan bisa mencapai tingkat maksimal. Dengan kata lain konsumen pun akan semakin tertarik dalam memilih produk yang dipasarkan. Perusahaan pun akan semakin giat untuk meningkatkan mutu dan kualitas produknya.

Perusahaan Teh Tjankir merupakan suatu perusahaan yang berfokus pada produksi minuman yang berlokasi di Noyontaan Jl. A Yani No.10, Pekalongan, Jawa Tengah. Perusahaan ini memproduksi minuman yaitu teh. Teh yang diproduksi Perusahaan Teh Tjankir ini terdiri dari 2 jenis, diantaranya yaitu jenis teh kering, dan teh gelas. Namun yang menjadi *best seller* pada Perusahaan Teh Tjankir ini adalah teh gelas, karena teh gelas merupakan jenis minuman yang simpel dan dikonsumsi dengan cara langsung diminum saja.

Berdasarkan dari *voice of customer*, diketahui bahwa keinginan konsumen adalah kemasan produk yang tidak mudah pecah, produk dengan kualitas terbaik, kemasan yang bisa didaur ulang dan kemasan produk yang tahan lama. Oleh karena itu perlu dilakukannya pengembangan produk sehingga keinginan konsumen tersebut menjadi dasar bagi pengembangan produk, karena konsumen merupakan orang yang memakai produk yang dihasilkan perusahaan. Metode yang digunakan untuk merancang kemasan teh gelas agar sesuai dengan *voice of customer* adalah metode *Quality Function Deployment (QFD)*. *Quality Function Deployment (QFD)* adalah suatu metode yang digunakan untuk mengembangkan suatu desain

dengan tujuan memenuhi dan memuaskan keinginan konsumen berdasarkan hasil *voice of customer*.

2. Metode

Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam memperoleh data untuk kepentingan penulisan laporan ini yaitu :

❖ Data Primer

a. Observasi

Langkah observasi dilakukan dengan cara datang ke lokasi pengamatan untuk mengamati secara langsung.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada pihak supervisor perusahaan yang memiliki kompetensi mengenai kondisi yang akan diamati untuk mendapatkan data yang lebih lengkap.

c. Survey Kebutuhan Pelanggan

Langkah ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada pelanggan untuk mendapatkan data yang lebih lengkap

❖ Data Sekunder

Merupakan data yang didapat dari hasil studi pustaka dan berbagai referensi yang diperlukan sehingga data yang dibutuhkan untuk menyusun laporan ini dapat terpenuhi.

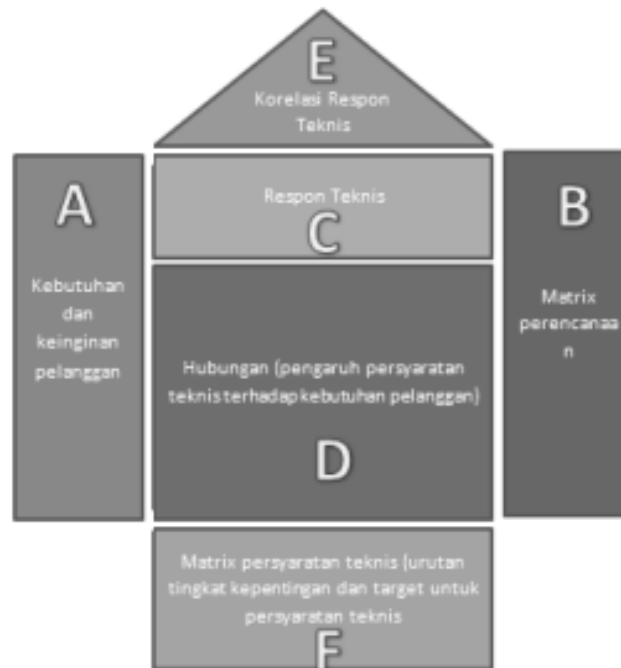
Pengolahan data

❖ QFD

QFD merupakan metode yang digunakan untuk menerjemahkan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pelanggan menjadi sebuah pelayanan. Dengan menerapkan QFD, maka perusahaan juga menerapkan dasar strategi yang digunakan untuk memenangkan persaingan. Penerapan dasar strategi tersebut berupa penurunan biaya yang digunakan untuk melakukan produksi, peningkatan pendapatan serta menurunkan waktu yang dibutuhkan untuk memproduksi.

❖ HOQ

HOQ merupakan salah satu alat ukur yang digunakan untuk QFD dengan bentuk rumah. Matrik ini terdiri dari dua bagian, yaitu bagian horizontal dari matrik berisi informasi yang berhubungan dengan konsumen dan disebut dengan *customer table*, bagian vertikal dari matrik berisi informasi teknis sebagai respon input konsumen yang disebut dengan *technical table*.

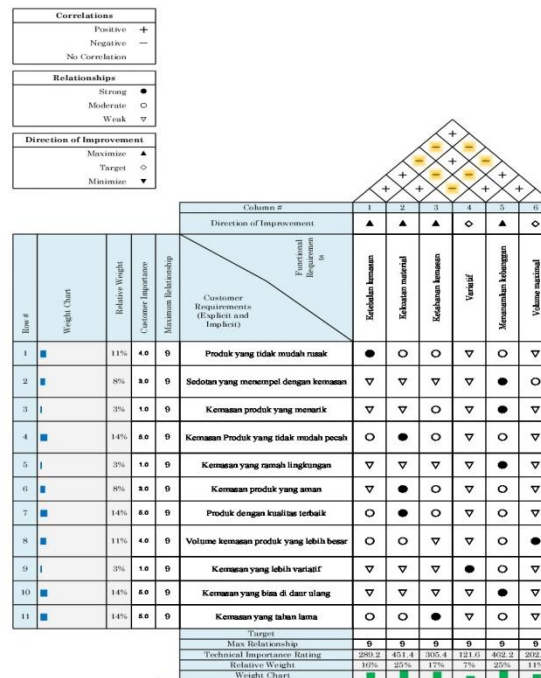


Gambar 1. House of Quality

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bagian dari *House of Quality* sebagai berikut:

- a. Bagian A berisi mengenai kebutuhan konsumen (*Customer Needs*)
- b. Bagian B berisi tentang matrix perencanaan (*Planning Matrix*) yaitu, berisi mengenai informasi data kuantitatif pasar, menunjukkan tingkat kepentingan relatif dari kebutuhan konsumen, strategi pencapaian tujuan untuk produk atau jasa baru, perhitungan untuk ranking kebutuhan konsumen.
- c. Bagian C berisi mengenai tanggapan teknis (*Technical Response*) yang berisi informasi tentang tanggapan teknis suatu perusahaan tentang gagasan produk atau jasa yang akan dikembangkan biasanya gambaran tersebut diturunkan dari *voice of customer* pada bagian pertama *House Of Quality*.
- d. Bagian D berisi tentang hubungan (*Relationship*) mengenai dampak tanggapan teknis perusahaan dengan kebutuhan pelanggan.
- e. Bagian E berisi mengenai korelasi teknis (*Technical Correlations*), berbentuk setengah matriks persegi yang terbagi sepanjang garis diagonal dan berisi 45 derajat membentuk atap rumah dan berisi mengenai taksiran tim kerja terhadap hubungan tiap tiap elemen dari tanggapan teknis perusahaan.
- f. Bagian F berisikan matrix teknis (*Technical Matrix*), pada bagian ini ada 3 tipe informasi yang dapat diperoleh, yaitu:
 1. Prioritas tanggapan teknikal (*technical response*).
 2. Perbandingan persaingan teknikal (*benchmark*).
 3. Target teknikal (*technical target*).

3. Hasil dan Pembahasan *House of Quality*



Gambar 2. *House of Quality*

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat hasil dari *House of Quality* menunjukkan sebagai berikut:

1. Pada kolom *relative weighing* yang paling tinggi yaitu 14% yaitu kemasan produk yang tidak mudah pecah, produk dengan kualitas terbaik, kemasan yang bisa di daur ulang, dan kemasan yang tahan lama dan yang tertinggi kedua adalah 11% yaitu kemasan yang tidak mudah rusak dan volume yang maximal, maka yang paling utama di prioritaskan adalah kemasan produk yang tidak mudah pecah, produk dengan kualitas terbaik, kemasan yang bisa didaur ulang dan kemasan produk yang tahan lama.
2. Pada kolom *technical priority* yang paling tinggi adalah 462,2 yang merupakan nilai dari prioritas dan kontribusi tertinggi hubungan antara respon teknis dengan *voice of customer*.
3. Pada bagian *roof house of quality* terdapat hubungan yang saling mendukung antar respon teknis diantaranya ketebalan kemasan, kekuatan material, dan ketahanan kemasan. Dan juga variatif serta volume maximal dapat menanamkan rasa kebanggaan.

Rekomendasi Perbaikan

Berdasarkan hasil proses *House of Quality*, kebutuhan konsumen yang berdasarkan *voice of customer* yang paling diinginkan konsumen adalah kemasan produk yang tidak mudah pecah, produk dengan kualitas terbaik, kemasan yang bisa didaur ulang dan kemasan produk yang tahan lama.

4. Simpulan

Berdasarkan dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Sering terjadinya kerusakan pada kemasan produk Teh Tjangkir seperti produk yang jatuh mudah pecah. Berdasarkan hasil proses *House of Quality* kebutuhan konsumen yang berdasarkan *voice of customer* yang paling diinginkan konsumen adalah kemasan produk yang tidak mudah pecah, produk dengan kualitas terbaik, kemasan yang bisa didaur ulang dan kemasan produk yang tahan lama.

Daftar Pustaka

- Alma, B. (2002). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Daetz, D. (1995). *Customer Integration : The Quality Function Deployment (QFD) Laders Guide for Decision Making*,. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Groover, M. (2010). *Fundamental of Modern Manufacturing Material, Processes, and System, 4th Edition*. USA: P456.
- Hadjadinata. (1995). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Erlangga. Zeithaml, V.A.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Muhadi. (2001). *Akutansi Biaya 1 dan 2*. Yogyakarta: Kanisius.
- Oakland, J. (1995). *Total Quality Management*. New York: Oxford Univercity.
- Philip and Gary Armstrong, K. (2008). *Prinsip - Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Rusdi, M. (2017). *Pengantar Sistem Manufaktur*. Yogyakarta: Deepublish.
- Soeyoto. (1983). Pusat Penelitian dan Pengembangan. *Konferensi Internasional Penelitian Produksi* (hal. 29). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran. Edisi III*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Ulrich, K. (2008). *Product Design and Development. 4th Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa – Desain Servqual, QFD, dan Kano Disertai Contoh Aplikasi Dalam Kasus Penelitian*. Jakarta: PT.Indeks.