

ABSTRAK

Sektor industri kecil dan menengah berperan sebagai motor penggerak dari perekonomian daerah yang nantinya juga akan berdampak pada perekonomian nasional. Hal ini dikarenakan, adanya pemerataan kesempatan kerja dan usaha, memperkuat struktur industri, serta mendukung kegiatan ekspor. Akan tetapi dalam menjalani usahanya, para pelaku industri kecil – menengah (IKM) tersebut sering mengalami kendala salah satunya yaitu adanya persaingan yang cukup tinggi, terutama dengan produsen-produsen yang mempunyai skala industri yang lebih besar. Oleh karena itu para pelaku industri kecil – menengah (IKM) harus mengembangkan produknya sesuai dengan keinginan konsumen sehingga dapat memenangkan persaingan dengan produsen yang lain. Salah satu produk yang mempunyai kontribusi terbesar dari keuntungan yang didapat IKM Intako adalah produk tas wanita berbahan kulit. Oleh sebab itu dilakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui atribut-atribut yang diinginkan oleh konsumen dari produk tas wanita berbahan kulit serta respon teknis yang harus dilakukan oleh IKM Intako untuk memenuhi keinginan konsumen tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Quality Function Deployment* (QFD) dengan menggunakan teknik *sampling purposive*. Dengan menggunakan metode tersebut dapat diketahui bahwa atribut tas mempunyai model *tote bag* menjadi prioritas utama konsumen dalam membeli produk tas wanita berbahan kulit dari 7 atribut yang didapatkan dalam penelitian ini. Sedangkan respon teknis yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan adalah proses offset dengan motif kulit buaya dengan nilai kontribusi sebesar 21,502% dari 11 respon teknis yang diperoleh.

Kata kunci : IKM, produk tas wanita berbahan kulit, QFD, *purposive sampling*

ABSTRACT

Small and medium industrial sector serves as its driving force of the economy of the area that later will also have an impact on the national economy. This is because, the existence of equitable employment opportunities and business, strengthen the structure of the industry, as well as supporting export activities. However, his efforts through the small industries – medium (IKM) often experience obstacles one i.e. the existence of competition is quite high, especially with producers who have a larger industrial scale. Therefore the perpetrators of small industries – medium (IKM) should develop its products in accordance with the wishes of consumers so that they can win the competition with other producers. One of the products that have the greatest contribution of the IKM Intako benefit is the product of leather handbag. Therefore conducted research that aims to find out the attributes desired by consumers of products leather handbag and technical response that must be done by the IKM Intako to fulfill the desires of the consumer. The methods used in this research is the Quality Function Deployment (QFD) by using purposive sampling technique. By using such methods can note that attribute bag tote bag model has become a top priority in buying consumer products leather handbag from 7 attributes obtained in this study. While the technical response that became a top priority for offset process is enhanced with Alligator skin motif with the value contribution of 21.502% of 11 technical response is obtained.

Keywords : *IKM, products leather handbag, QFD, purposive sampling*

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan	iii
Lembar Persembahan	iv
Motto	v
Abstrak	vi
Abstract	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Asumsi – asumsi	5
1.7 Sistematika Penulisan	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 6
2.1 QFD (<i>Quality Function Deployment</i>)	6
2.2 Tahapan Pelaksanaan QFD	9
2.3 Tujuan QFD	14
2.4 Manfaat QFD	14
2.5 Kelemahan Metode QFD	16
2.6 Matriks <i>House Of Quality</i> (HOQ)	17
2.6.1 Pengertian <i>House Of Quality</i>	17

2.6.2 Pengisian Matriks <i>House Of Quality</i>	20
2.7 Penelitian Terdahulu	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Variabel Penelitian.....	26
3.3 Waktu dan tempat	26
3.4 Jenis Data	27
3.5 Alat Penelitian.....	27
3.6 Teknik Pengambilan Data.....	28
3.7 Jumlah Data.....	30
3.8 Rancangan Kuesioner	31
3.9 Metode Penyelesaian.....	32
3.10 <i>Flowchart</i>	33
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	 35
4.1 Identifikasi Kebutuhan Konsumen.....	35
4.1.1 Atribut Model	36
4.1.2 Atribut Ukuran Tas.....	36
4.1.3 Atribut Warna	37
4.1.4 Atribut Bahan	38
4.1.5 Atribut Motif.....	38
4.1.6 Atribut Logo Merk.....	39
4.1.7 Atribut Resleting.....	40
4.2 Analisis Tingkat Kepentingan Konsumen	41
4.2.1 Uji Validitas.....	42
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	43
4.3 Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen	44
4.3.1 Uji Validitas.....	45
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	46
4.4 Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Produk Pesaing	47
4.4.1 Uji Validitas.....	48
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	49

4.5 Analisis Tingkat Perbandingan dengan Produk Pesaing	50
4.6 Penentuan Target (<i>Goal</i>).....	51
4.7 Perhitungan Rasio Perbaikan	51
4.8 Penentuan Poin Penjualan.....	52
4.9 Perhitungan <i>Raw Weight</i>	53
4.10 Perhitungan <i>Normalized Raw Weight</i>	54
4.11 Rancangan Respon Teknik	54
4.12 Pembuatan Matriks Korelasi	57
4.12.1 Matriks Korelasi Antara Persyaratan Pelanggan dan Persyaratan Teknik.....	57
4.12.2 Matriks Korelasi Antar Persyaratan Teknik	59
4.13 Penentuan Prioritas Persyaratan Teknik	61
4.14 Matriks <i>House Of Quality</i> (HOQ)	63
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran.....	65
 DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Omzet yang diperoleh IKM Intako	3
Tabel 2.1 Skala penilaian <i>Goal</i>	21
Tabel 2.2 Skala pada <i>Improvement Ratio</i>	21
Tabel 2.3 Skala pada <i>Sales Point</i>	21
Tabel 2.4 Hubungan dalam HOQ.....	22
Tabel 3.1 Data Primer	27
Tabel 3.2 Data Sekunder	27
Tabel 3.3 Data diperoleh dari wawancara.....	29
Tabel 3.4 Data diperoleh dari kuesioner	29
Tabel 4.1 Atribut Kebutuhan Konsumen	40
Tabel 4.2 Atribut kebutuhan konsumen	41
Tabel 4.3 Tingkat kepentingan setiap atribut kebutuhan konsumen.....	42
Tabel 4.4 Uji validitas tingkat kepentingan	43
Tabel 4.5 Uji reliabilitas tingkat kepentingan	44
Tabel 4.6 Tingkat kepuasan konsumen IKM Intako	45
Tabel 4.7 Uji validitas tingkat kepuasan konsumen IKM Intako.....	46
Tabel 4.8 Tabel Uji reliabilitas tingkat kepuasan konsumen IKM Intako	46
Tabel 4.9 Tingkat kepuasan konsumen Tas Elizabeth	48
Tabel 4.10 Uji Validitas tingkat kepuasan konsumen Tas Elizabeth.....	49
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas tingkat kepuasan konsumen Tas Elizabeth	49
Tabel 4.12 Analisis perbandingan dengan produk pesaing.....	50
Tabel 4.13 Nilai target IKM Intako.....	51
Tabel 4.14 Rasio perbaikan masing-masing atribut kebutuhan konsumen.....	52
Tabel 4.15 Poin Penjualan IKM Intako.....	53
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan <i>Raw weight</i>	53
Tabel 4.17 Perhitungan <i>Normalized raw weight</i>	54
Tabel 4.18 Respon Teknik	55
Tabel 4.19 Hasil Perhitungan Nilai Prioritas	61
Tabel 4.20 Prioritas Respon Teknik.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Pelaksanaan QFD.....	9
Gambar 2.2 Alur barang sampai ke konsumen	11
Gambar 2.3 Penerapan QFD pada penelitian	13
Gambar 2.4 Tahap pelaksanaan HOQ.....	18
Gambar 2.5 Contoh HOQ	23
Gambar 3.1 <i>Flowchart</i> Penelitian	34
Gambar 4.1 Frekuensi pada atribut model	36
Gambar 4.2 Frekuensi pada atribut ukuran tas.....	37
Gambar 4.3 Frekuensi pada atribut warna	37
Gambar 4.4 Frekuensi pada atribut bahan.....	38
Gambar 4.5 Frekuensi pada atribut motif	39
Gambar 4.6 Frekuensi pada atribut logo logo merk.....	40
Gambar 4.7 Frekuensi pada atribut resleting	40
Gambar 4.8 Matriks hubungan atribut konsumen dengan respon teknik.....	58
Gambar 4.9 Matriks hubungan antar respon teknik	60
Gambar 4.10 <i>House Of Quality</i>	63