

Analisis kualitas produk kaos dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) pada CV. Customindo Kreasi Mandiri Batam

Shinta Wahyu Hati^{1,*}, Ira Listiani Riswana Okta²
Politeknik Negeri Batam, Batam, Kepulauan Riau 29461

ARTICLE INFO

Keywords:

Product quality
Plantation
Social welfare

Received: 1 August 2018

Received in revised: 30 August 2018

Accepted: 30 August 2018

Published: 27 December 2018

Open Access

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the quality of t-shirts products using the method of Quality Function Deployment by conducting an assessment based on the needs of buyers or customers. In this case there are several dimensions of variables that can improve product quality, such as performance, conformity with specifications, features, impression of quality and ability to serve. By using the Quality Function Deployment method, the company (CV CustomindoKreasiMandiriBatam) can find out things that need to be improved based on the needs of buyers or customers. From the results of the Quality Function Deployment method, it shows that the need to improve the product is sent according to order, using the material quality, comfortable when used, quick response, the warranty, the completion of the product, the screen printing is not easy, the product information is clear, updates with the latest trends, sweat absorbing materials, product innovation, safe packaging, and affordable prices.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Kota Batam adalah sebuah kota yang terletak di Provinsi Kepulauan Riau, Indonesia. Wilayah kota Batam terletak di Pulau Batam dan seluruh wilayahnya dikelilingi Selat Singapura dan Selat Malaka. Batam adalah kota terbesar di Kepulauan Riau dan kota terbesar keempat di wilayah Sumatera setelah Medan, Palembang dan Pekanbaru. Batam merupakan salah satu kota dengan letak yang sangat strategis dan merupakan salah satu kota dengan pertumbuhan pesat di Indonesia. sehingga banyak peluang usaha yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar. Salah satu cara memanfaatkan peluang yang ada di Kota Batam adalah dengan berwirausaha.

Manfaat berwirausaha diantaranya adalah kebebasan *finansial* dimana merupakan hal yang paling diidam-idamkan semua orang adalah kebebasan *finansial*, kebebasan waktu, membuka lapangan kerja, kemandirian, sarana mewujudkan ide yang ekstrem, solusi anti PHK, kesempatan yang masih luas, serta untuk semua orang dan bisa dipelajari.

Usaha Kecil Menengah atau UMKM merupakan bentuk usaha bisnis yang paling banyak dikelola oleh masyarakat Indonesia saat ini termasuk Kota Batam secara khusus. Hal ini tentu saja menjadi iklim subur kebangkitan ekonomi masyarakat kelas bawah dan menengah yang berkeinginan terus mengembangkan usaha. Oleh karena itu, dalam rangka Peningkatan SDM & Kemandirian UMKM guna mencapai kesejahteraan UMKM ini perlu dilakukan langkah-langkah pengembangan sebagai perhatian

Pemerintah melalui dinas terkait yaitu Dinas Pemberdayaan masyarakat, pasar, koperasi dan usaha kecil menengah (PMP-KUKM) Kota Batam. (<http://www.haluankepri.com>)

Keberlanjutan sebuah usaha tergantung pada strategi yang dijalankan sebuah UKM. Dimana diantara adalah pemasaran dan kualitas kinerja produk. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk merupakan peluang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Oleh karena itu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing.

Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada kinerja perusahaan. Kualitas produk dilihat pelanggan dari daya tahan produk, desain produk, dan manfaat/fungsi dari produk itu sendiri, sehingga jika perusahaan mengukur kualitas produk yang diproduksi selain dilihat secara teknis, juga dapat dilihat dari bagaimana sikap pelanggan atas kualitas produk. Semakin positif respon konsumen maka semakin tinggi kualitas.

Fenomena perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat ini menimbulkan bertambahnya perusahaan yang memasuki dunia bisnis. Hal tersebut di tandai dengan munculnya usaha-usaha baru yang menghasilkan produk yang hampir sejenis, yang berdampak semakin banyaknya produk yang ditawarkan dan didukung dengan kualitas serta pelayanan yang ada pada usaha tersebut.

* Corresponding author

E-mail addresses: shinta@polibatam.ac.id (S. W. Hati)

2614-6983/ © 2018 P3M Politeknik Negeri Bengkalis. All rights reserved.

Salah satu contoh usaha di Kota Batam adalah yang bergerak di bidang pakaian (*clothing*) pembuatan kaos pada CV. Customindo Kreasi Mandiri Batam. CV. Customindo Kreasi Mandiri Batam merupakan usaha skala UKM yang merupakan alumni program mahasiswa wirausaha tahun 2014 di Politeknik Negeri Batam yang mana telah berkembang dengan pesat hingga saat ini. Produk yang ditawarkan adalah kaos yang berkonsep "suka-suka" dimana *design* yang dibuat sesuai dengan keinginan pelanggan. Sehingga memudahkan para konsumen yang ingin mempunyai kaos yang sesuai dengan keinginannya serta berbeda dengan kaos-kaos pada umumnya yang dijual. Tak hanya kaos-kaos yang digunakan sehari-hari, CV. Customindo Kreasi Mandiri Batam juga membuat baju, topi, jaket bahkan tas yang berbahan dasar kaos.

Pengusaha CV Customindo Kreasi mandiri adalah alumni Politeknik Negeri Batam. Pengusaha tersebut sudah berwirausaha sejak menjadi mahasiswa dan mengikuti program mahasiswa wirausaha (PMW). Pengusaha tersebut memiliki motivasi yang kuat untuk melanjutkan usahanya setelah lulus dari pendidikan di Politeknik Negeri Batam. Sejalan dengan hasil penelitian Irawati dan Hati (2014) Faktor-faktor yang memotivasi minat mahasiswa dalam berwirausaha adalah keberhasilan diri dan toleransi akan resiko berpengaruh terhadap motivasi minat berwirausaha.

Selain program mahasiswa wirausaha, Politeknik Negeri Batam memiliki arah pengembangan kewirausahaan untuk menghasilkan para pengusaha muda melalui kurikulum kewirausahaan disetiap program studi dan jurusan serta pengembangan kewirausahaan melalui komunitas wirausaha di lingkungan kampus. Pendidikan kewirausahaan dan keterampilan usaha menumbuhkan upaya motivasi dalam berwirausaha mahasiswa (Hati SW, 2017)

Sebagai Pengusaha kaos memiliki tanggung jawab dalam memenuhi kebutuhan dan memberikan layanan agar terwujud kepuasan pelanggan. Selama berwirausaha sejak menjadi mahasiswa sampai menjadi alumni yang berwirausaha selalu berupaya terus memperbaiki kualitas mutu produk kosnya.

Kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan memberikan kualitas yang baik. Oleh karena itu, unit usaha harus fokus pada kepuasan konsumen supaya bisa memberikan pelayanan jasa yang sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen, maka digunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD).

Berdasarkan latar belakang yang terjadi di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Kualitas Produk Kaos Dengan Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* (QFD) pada CV. Customindo Kreasi Mandiri Batam (Studi pada UKM Peserta Program Mahasiswa Wirausaha Politeknik Negeri Batam)."

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah bagaimana kualitas produk kaos dengan menggunakan

metode *Quality Function Deployment* pada CV. Customindo Kreasi Mandiri Batam.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis produk kaos dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* pada CV. Customindo Kreasi Mandiri Batam.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Praktis

Sebagai masukan dan saran kepada CV. Customindo Kreasi Mandiri Batam agar meningkatkan kualitas dan layanan dari usaha *clothing* / kaos pada CV. Customindo Kreasi Mandiri.

2. Manfaat Teoritis

- a. Sebagai bahan referensi bagi pembaca untuk penelitian selanjutnya yang berminat meneliti dalam usaha *clothing* / kaos menggunakan metode *Quality Function Deployment*, dan juga sebagai tambahan untuk menambah wawasan.
- b. Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang sejenis.

2. Kajian Pustaka

Kewirausahaan menurut Fahmi (2014) merupakan suatu ilmu yang mengkaji tentang pengembangan semangat kreativitas serta berani menanggung risiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut.

Beberapa karakter wirausahawan menurut Machfoedz (2005) adalah memiliki kepercayaan dan pengendalian diri saat sedang melakukan pekerjaan, selalu mencari aktivitas, mampu mengendalikan diri, mengelola pekerjaan berdasar tujuan, penganalisis kesempatan, pemikir kreatif, mampu memecahkan persoalan, serta pemikir yang objektif.

Produk menurut Kotler (2011), adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, pembelian atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Kualitas menurut Ahyari (2010) adalah "secara umum mutu atau kualitas adalah sebagai jumlah dari atribut atau sifat-sifat sebagaimana didiskripsikan dalam produk yang bersangkutan sehingga dengan demikian termasuk didalam kualitas ini adalah daya tahan dari produk, kenyamanan pemakai, daya guna dan lain sebagainya".

Peningkatan kualitas menjadi salah satu upaya perusahaan untuk memperoleh konsumen dan menjadikannya sebagai pelanggan tetap. kualitas produk merupakan hal yang diperhatikan oleh para konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Kualitas produk berkaitan dengan upaya pengembangan produk yang tepat bagi pasar dan konsumen. Dalam menjalankan bisnis, baik produk maupun jasa yang dijual harus memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan harga yang diberikan.

Menurut David dalam Fandy Tjiptono (2006), mengidentifikasi adanya lima alternatif perspektif kualitas yang biasa digunakan, yaitu:

1. *Transcendental Approach*

Kualitas dalam pendekatan ini, dipandang sebagai *innate excellence*, dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan. Sudut pandang ini biasanya diterapkan dalam dunia seni, misalnya seni musik, seni drama, seni tari, dan seni rupa

2. *Product-based Approach*

Pendekatan ini menganggap bahwa kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk. Karena pandangan ini sangat objektif, maka tidak dapat menjelaskan perbedaan dalam selera, kebutuhan, dan preferensi individual.

3. *User-based Approach*

Pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (misalnya *perceived quality*) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Perspektif yang subjektif dan *demand-oriented* ini juga menyatakan bahwa pelanggan yang berbeda memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda pula, sehingga kualitas bagi seseorang adalah sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakannya.

4. *Manufacturing-based Approach*

Perspektif ini bersifat *supply-based* dan terutama memperhatikan praktik-praktik perkerjasama dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian/sama dengan persyaratan (*conformance to requirements*). Dalam sektor jasa, dapat dikatakan bahwa kualitasnya bersifat *operations-driven*. Pendekatan ini berfokus pada penyesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal, yang seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya. Jadi yang menentukan kualitas adalah standar-standar yang ditetapkan perusahaan, bukan konsumen yang menggunakannya.

5. *Value-based Approach*

Pendekatan ini memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Dengan mempertimbangkan *trade-off* antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai "*affordable excellence*". Kualitas dalam perspektif ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai.

Dimensi kualitas produk menurut Tjiptono (2008) adalah:

1. **Performance (kinerja)**, berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. **Conformance to specifications (kesesuaian dengan spesifikasi)**, yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.

3. **Features (fitur)**, adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.

4. **Perceived quality (kesan kualitas)**, sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.

5. **Service ability**, meliputi kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi dan keramahan staf layanan.

Quality Function Deployment (QFD) diperkenalkan oleh Yoji Akao, *Professor of Management Engineering* dari Tamagawa University yang dikembangkan dari praktek dan pengalaman industri-industri di Jepang. Pertama kali dikembangkan pada tahun 1972 oleh perusahaan Mitsubishi di Kobe Shipyard, dan diadopsi oleh Toyota pada tahun 1978, dan tahun-tahun selanjutnya dikembangkan oleh perusahaan lainnya.

Menurut Wijaya (2011) metode QFD merupakan salah suatu metode yang mengutamakan pendekatan sistematis dengan cara menentukan tuntutan atau permintaan konsumen kemudian menerjemahkan tuntutan tersebut secara akurat ke dalam perencanaan produksi yang tepat.

Manfaat QFD bagi perusahaan yang berusaha meningkatkan daya saingnya melalui perbaikan kualitas dan produktifitasnya secara berkesinambungan adalah sebagai berikut :

1. Mengurangi Biaya

Hal ini dapat terjadi karena produk yang dihasilkan benar – benar sesuai dengan kebutuhan konsumen dan harapan konsumen sehingga tidak ada pengulangan pekerjaan dan pembuangan bahan baku yang tidak sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan oleh konsumen. Pengurangan biaya dapat dicapai dengan pengurangan biaya pembelian bahan baku, biaya *overhead* atau pengurangan upah dan penyederhanaan proses produksi.

2. Meningkatkan Pendapatan

Dengan pengurangan biaya, untuk hasil yang kita terima akan lebih meningkat. Dengan QFD produk atau jasa yang dihasilkan akan lebih dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

3. Mengurangi Waktu Produksi

Menurut Ariani (2002) QFD akan membuat tim pengembangan produk atau jasa untuk memfokuskan pada program pengembangan kebutuhan dan harapan konsumen.

Jadi penulis menyimpulkan bahwa kepuasan konsumen dapat ditentukan salah satunya dengan kualitas produk. Maka dari itu, dilakukanlah penelitian dengan menggunakan metode *Quality Fuction Deployment* agar CV. Customindo Kreasi Mandiri Batam dapat meningkatkan kualitas dan membuat pembeli menjadi puas.

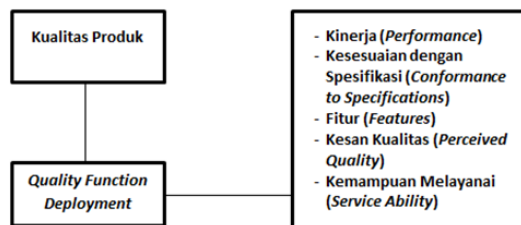
3. Metode Penelitian

Rancangan Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang ciri utamanya adalah memberikan penjelasan objektif, komparasi, dan evaluasi sebagai bahan pengambilan keputusan bagi yang berwenang. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah mencari penjelasan atas suatu fakta atau kejadian yang sedang terjadi, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang sedang berkembang, akibat atau efek yang terjadi, atau kecenderungan yang sedang berlangsung.

Pendekatan penelitian yang dilakukan ini melalui beberapa tahap, yakni diawali dengan mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner kepada sejumlah responden yang menjadi sampel penelitian, menentukan instrument penelitian, menentukan metode yang dipergunakan, serta menganalisis data yang sudah terkumpul kemudian disajikan dalam bentuk proposal.

Kerangka Pemikiran



Gambar : 2.1 Kerangka Penelitian
Sumber : Data Olahan Peneliti (2017)

Populasi dan sampel

Menurut Sugiyono (2008), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pembeli atau pelanggan dari CV. Customindo Kreasi Mandiri Batam..

Menurut Sugiyono (2008), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan pengambilan sampel ditentukan dengan menggunakan rumus *Slovin* dengan jumlah sampel 51 orang.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk kaos pada CV yang berjumlah 100 orang dalam sebulan baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Jumlah sampel CV. Customindo Kreasi Mandiri Batam adalah 51 orang dengan menggunakan rumus *Slovin*, yaitu :

$$n = N / (1 + N e^2)$$

$$n = 100 / (1 + 100 \times 0,05^2) = 51$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas Toleransi kesalahan (*error toleran*)

Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Untuk menguji validitas konstruk dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir Pernyataan dengan skor totalnya. Masing-masing item (skor butir) dilihat harga korelasinya.

Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau andal jika jawaban seseorang terhadap suatu Pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan teknik *alpha cronbach*. Reliabilitas instrumen dianggap andal jika memiliki koefisien reliabilitas alpha lebih besar dari 0,60. Teknik ini cocok untuk menguji skala instrumen yang masing-masing butirnya mempunyai lebih dari satu alternatif jawaban.

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono,2015).

Matrix House of Quality (HoQ)

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*. Dua aspek utama *Matrix House of Quality* dapat dilihat pada gambar (Gaspersz dalam Marimin, 2004).

1. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini metode utama pengumpulan data adalah dengan menggunakan kuisisioner yang berjumlah 51 kuisisioner disebarkan kepada responden yaitu para pembeli atau pelanggan dari CV. Customindo Kreasi Mandiri Batam. Wakjek di Kota Batam. Berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner, semua kuisisioner dapat tersebar dan terisi.

Diketahui bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 42 orang atau 80.8% dan jumlah responden perempuan sebanyak 9 orang atau 17.3%.

Pada penelitian ini, karakteristik usia responden persentase yang paling besar adalah pada rentang usia 21 s/d 25 tahun, dikarenakan banyaknya perkumpulan, sudah memiliki pekerjaan dan dalam kelompok yang besar.

Berdasarkan karakteristik dalam pembelian produk dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak melakukan pembelian produk dengan 1 kali pembelian dengan frekuensi 43 kali atau dengan persentase 82.7%, Hal ini dikarenakan produk yang konsumen beli merupakan produk yang awet dengan kualitas yang baik, sehingga pembelian tidak dalam jangka dekat.

Berdasarkan karakteristik dalam jumlah pembelian dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak melakukan pembelian produk dengan banyak frekuensi 32 atau dengan persentase 61.5%, Hal ini dikarenakan konsumen yang melakukan pemesanan merupakan tim atau sekelompok orang dengan kebutuhan yang sama, seperti baju futsal.

Berdasarkan karakteristik dalam pemesanan produk dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak melakukan pembelian produk dengan jumlah 39 orang atau 75.52%. Hal ini dikarenakan konsumen diberikan banyak pilihan bahan kaos oleh CV. Customindo Kreasi Mandiri Batam (Pobosoccer) dan memilih untuk tidak repot dalam melakukan pemesanan.

Berdasarkan karakteristik dalam produk tambahan dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak dengan jumlah banyak dengan frekuensi jumlah 45 orang atau 86,5%. Hal ini dikarenakan konsumen lebih banyak menyukai produk kaos.

Berdasarkan karakteristik berdasarkan pengambilan produk dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak dengan jumlah 41 orang atau 78,8%. Hal ini dikarenakan jarak konsumen yang memesan produk dari CV. Costumindo Kreasi Mandiri Batam tidak dekat.

Berdasarkan karakteristik berdasarkan asal konsumen dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak dengan jumlah 37 orang atau 72.5%. Hal ini dikarenakan konsumen utama berasal dari dalam kota Batam.

Berdasarkan karakteristik berdasarkan proses pemesanan dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak dengan jumlah 45 orang atau 88.2%. Hal ini dikarenakan *social media* sangat banyak peminatnya di zaman modern dan sangat mudah serta banyak yang menggunakannya tanpa perlu menggunakan pulsa.

2. Quality Function Deployment (QFD)

a. Matrix House of Quality (HoQ) "What"

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 vertical dan matriks berisi informasi teknis sebagai respon bagi *input* konsumen dan disebut dengan *technical table*. Dua aspek utama *Matrix House of Quality* adalah "what" dan "how".

Pada tabel *house of quality (what)* merupakan kebutuhan yang harus diisi oleh pembeli, dimana membuat daftar urut sesuai dengan prioritasnya dengan urutan 1 sampai 10 yang diletakkan atau diisi pada table weight / importance. Dimana urutan 10 adalah design, urutan 9 dengan tepat waktu dalam pemasaran, urutan 8 dengan tidak ada kerusakan, urutan dengan sesuai dengan permintaan, urutan 7 yaitu sesuai permintaan pelanggan, urutan 6 adalah hasil produk memuaskan, urutan 5 yaitu waktu pembuatan tidak lama, urutan 4 adalah jenis bahan, urutan 3 adalah harga, urutan 2 adalah garansi dan urutan 1 yaitu kualitas bahan.

Tabel 2.1 House of Quality (what)

Weight/Importance Row	WHAT
6	Hasil produk memuaskan
8	Tidak ada kerusakan
5	Waktu pembuatan tidak lama
7	Sesuai permintaan pelanggan
10	Design
4	Jenis bahan
3	Harga
1	Kualitas bahan
2	Garansi
9	Tepat waktu dalam pemesanan
55	

Sumber: Diolah oleh peneliti tahun 2017

b. Level of Importance

Melakukan pengisian level of importance adalah dengan mengisi level kepentingan dengan menggunakan rumus.

Tabel 2.2 Tabel Level of Importance

Average	Relative Weight Row	Weight/Importance Row	What
1,818	10,9	6,0	Hasil produk memuaskan
1,818	14,5	8,0	Tidak ada kerusakan
1,818	9,1	5,0	Waktu pembuatan tidak lama
1,818	12,7	7,0	Sesuai permintaan pelanggan
1,818	18,2	10,0	Design
1,818	7,3	4,0	Jenis bahan
1,818	5,5	3,0	Harga
1,818	1,8	1,0	Kualitas bahan
1,818	3,6	2,0	Garansi
1,818	16,4	9,0	Tepat waktu dalam pemesanan
Row		55,0	

Sumber: Diolah oleh peneliti tahun 2017

Setelah menentukan prioritas urutan pelanggan, maka selanjutnya adalah menentukan *Relative Weight Row* (RWR) dengan rumus, yaitu:

$$RWR = WIR \text{ per baris} : \text{Total WIR} \times 100$$

Keterangan :

RWR = *Relative Weight Row*

WIR = *Weight Importance Row*

Setelah menentukan *Relative Weight Row*, selanjutnya adalah menentukan *average* dengan rumus, yaitu :

$$\text{Average} = RWR : WIR$$

Keterangan :

RWR = *Relative Weight Row*

WIR = *Weight/Importance Row*

Tabel 2.2 menunjukkan bahwa adanya data-data "what" atau apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen / pelanggan.

c. Voice of Organization "HOWs"

Salah satu cara untuk melakukan pengisian tersebut adalah dengan memberikan solusi dari apa yang dibutuhkan oleh konsumen.

Tabel 2.3 *Voice of Organization "HOWs"*

HOW						
Inovasi produk	Menggunakan kualitas bahan yang bagus	Cepat tanggap dengan pemesanan	Informasi tentang produk yang diberikan jelas	Bahan yang menyerap keringat	Update dengan tren masa kini	Harga yang terjangkau
HOW						
Adanya garansi jika produk cacat	Penyelesaian produk tepat waktu	Produk dikirim sesuai dengan kesepakatan	Nyaman saat dipakai	Sablon yang tidak mudah luntur	Tersedia pilihan jenis - jenis bahan kaos	Packaging yang aman saat pengiriman
						Bahan yang tidak melar saat dicuci

Sumber: Diolah oleh peneliti tahun 2017

Dari table diatas terlihat bagaimana cara penyelesaian yang akan dilakukan oleh CV. Customindo Kreasi Mandiri terhadap apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen.

d. Relationship Matrix

Pada bagian relationship matrix ini adalah memberikan simbol hubungan antara apa yang dibutuhkan konsumen dan bagaimana memberikan solusi atas apa yang dibutuhkan konsumen. Pada saat memberikan simbol hubungan ini ditentukan dengan skor tertentu yang sudah ditentukan. Dimana dapat dilihat sebagai berikut :

- = melambangkan hubungan kuat (nilai 9)
- = melambangkan hubungan sedang (nilai 3)
- △ = melambangkan hubungan lemah (nilai 1)

Dalam menentukan nilai matrix dalam perhitungan selanjutnya, maka harus dilakukan perhitungan nilai nyata (*real score*) dalam *relationship matrix* tiap-tiap baris dengan menggunakan rumus, yaitu :

$$\text{Real Score} = \text{skor dalam symbol} \times \text{WIR}$$

Keterangan :

Skor dalam symbol = △ atau ○ atau ●

WIR = *Weight Importance Row*

Misalnya pada kolom HOW terdapat inovasi produk menggunakan *relationship symbol* (●). Dalam score yang sudah ditentukan, symbol (●) mempunyai nilai 9. Lihat juga pada kolom WHAT baris hasil yang memuaskan. Lihat bagian *Weight*

Importance Row dengan angka 6,0. Maka menentukan *real score* menggunakan rumus diatas dengan cara 6,0 x 9 = 54. Begitu untuk menentukan *real score* selanjutnya dalam tiap-tiap baris. Untuk hasil akhir dapat dilihat pada tabel 2.5.

e. Importance Matrix

Pada bagian ini dapat diketahui nilai yang telah ada, dimana nilai tertinggi lah yang harus lebih diprioritaskan lebih baik untuk meningkatkan kualitas produk pada CV. Customindo Kreasi Mandiri Batam. Dalam menentukan *Importance Matrix*, ada beberapa tahap yang perlu dilakukan yaitu dengan menentukan *weight importance column* dan *relative weight column*. Untuk hasil akhir dapat dilihat pada tabel 2.6.

1. Rumus dalam menentukan *weight relationship importance column* adalah :

$$\text{WIC} = \text{Average per baris} \times \text{Total Row per baris}$$

Keterangan :

WIC = *Weight Importance Column*

Average = nilai rata-rata per baris tiap relationship

Total Row= jumlah masing-masing item pada table HOW

2. Rumus dalam menentukan *relative weight column* adalah :

$$\text{RWC} = \frac{\text{Total Row Per Baris}}{\text{Total Row keseluruhan}} \times 100\%$$

Keterangan :

RWC = *Relative Weight Column*

Total Row = jumlah masing-masing item pada table HOW

Total Row Keseluruhan = jumlah keseluruhan item pada table HOW

Jika hasil akhir telah didapatkan, maka dapat ditentukan *level importance* yang dapat dilihat pada kolom *weight relationship column* dimana nilai tertinggi merupakan item yang harus di prioritaskan terlebih dahulu. Dapat dilihat nilai tertinggi pada *weight relationship importance row* dimulai dari nilai 667,3 dengan persentase 8,2%, nilai 660,0 dengan persentase 8,1, nilai 652,7 dengan persentase 8,0%, nilai 620,0 dengan persentase 7,6%, nilai 614,5 dengan persentase 7,5%, nilai 609,1 dengan persentase 7,5%, nilai 565,5 dengan persentase 6,9%, nilai 529,1 dengan persentase 6,5%, nilai 521,8 dengan persentase 6,4%, nilai 518,2 dengan persentase 6,4%, nilai 500,0 dengan persentase 6,1%, nilai 460,0 dengan persentasi 5,6%, nilai 438,2 dengan persentase 5,4%, nilai 405,5 dengan persentase 5,0%, nilai 383,6 dengan persentasi 4,7%.

f. Technical Correlation

Langkah selanjutnya dari *house quality* adalah mengisi bagian matrix yang terdapat pada bagian atap atau (*roof*). Bagian dalam karakteristik ini memuat korelasi antar item-item yang menunjukkan adanya pengaruh terhadap pengambilan keputusan. Dapat dilihat pada Tabel 2.7.

Tabel 2.4 Relationship Matrix

Average	Relative Weight Row	Weight/Importance Row	What	HOW				
				Inovasi produk	Menggunakan kualitas bahan yang	Cepat tanggap dengan pemesanan	Informasi tentang produk yang diberikan	Bahan yang menyering
1,818	10,9	6,0	Hasil produk memuaskan	●	●	○	●	●
1,818	14,5	8,0	Tidak ada kerusakan	△	●	△	○	△
1,818	9,1	5,0	Waktu pembuatan tidak lama	△	△	●	○	△
1,818	12,7	7,0	Sesuai permintaan pelanggan	○	●	●	●	●
1,818	18,2	10,0	Design	●	●	○	○	△
1,818	7,3	4,0	Jenis bahan	○	●	●	●	●
1,818	5,5	3,0	Harga	●	○	△	●	●
1,818	1,8	1,0	Kualitas bahan	●	●	●	●	●
1,818	3,6	2,0	Garansi	○	●	●	○	△
1,818	16,4	9,0	Tepat waktu dalam pemesanan	△	△	●	○	△
Row		55,0		241	338	311	291	223

Lanjutan tabel 2.4 Relationship Matrix

Average	Relative Weight Row	Weight/Importance Row	What	HOW									
				Update dengan tren masa kini	Harga yang terjangkau	Adanya garansi jika produk cacat	Penyelesaian produk tepat waktu	Produk dikirim sesuai dengan kesepakatan	Nyaman saat dipakai	Sablon yang tidak mudah luntur	Tersedia pilihan jenis-jenis bahan	Packaging yang aman saat pengiriman	Bahan yang tidak melar saat dicuci
1,818	10,9	6,0	Hasil produk memuaskan	●	○	○	●	●	●	●	●	●	●
1,818	14,5	8,0	Tidak ada kerusakan	△	△	●	△	○	●	●	△	●	●
1,818	9,1	5,0	Waktu pembuatan tidak lama	△	△	△	●	○	△	△	○	△	△
1,818	12,7	7,0	Sesuai permintaan pelanggan	●	△	●	○	●	●	●	●	○	●
1,818	18,2	10,0	Design	●	●	●	●	●	●	●	○	△	△
1,818	7,3	4,0	Jenis bahan	●	●	●	●	●	●	○	●	△	●
1,818	5,5	3,0	Harga	○	●	△	△	●	●	△	●	○	●
1,818	1,8	1,0	Kualitas bahan	●	●	●	○	●	●	●	●	△	●
1,818	3,6	2,0	Garansi	△	△	●	●	●	△	●	△	●	△
1,818	16,4	9,0	Tepat waktu dalam pemesanan	△	△	○	●	○	△	△	△	●	△
Row		55,0											

Sumber: Diolah oleh peneliti tahun 2017

Tabel 2.5 Relationship Matrix

Average	Relative Weight Row	Weight/Importance Row	What	HOW				
				Inovasi produk	Menggunakan kualitas bahan yang bagus	Cepat tanggap dengan pemesanan	Informasi tentang produk yang diberikan jelas	Bahan yang menyerap keringat
1,818	10,9	6,0	Hasil produk memuaskan	54	54	18	54	54
1,818	14,5	8,0	Tidak ada kerusakan	8	72	8	24	8
1,818	9,1	5,0	Waktu pembuatan tidak lama	5	5	45	15	5
1,818	12,7	7,0	Sesuai permintaan pelanggan	21	63	63	63	63
1,818	18,2	10,0	Design	90	90	30	30	10
1,818	7,3	4,0	Jenis bahan	12	9	36	36	36
1,818	5,5	3,0	Harga	27	9	3	27	27
1,818	1,8	1,0	Kualitas bahan	9	9	9	9	9
1,818	3,6	2,0	Garansi	6	18	18	6	2
1,818	16,4	9,0	Tepat waktu dalam pemesanan	9	9	81	27	9
Row		55,0	Total	241	338	311	291	223

Lanjutan tabel 2.5 Relationship Matrix

Average	Relative Weight Row	Weight/Importance Row	What	HOW									
				Adanya garansi jika produk cacat	Penyelesaian produk tepat waktu	Produk dikirim sesuai dengan kesepakatan	Nyaman saat dipakai	Sablon yang tidak mudah luntur	Tersedia pilihan jenis - jenis bahan	Packaging yang aman saat pengiriman	Bahan yang tidak melar saat dicuci	Packaging yang aman saat pengiriman	Bahan yang tidak melar saat dicuci
1,818	10,9	6,0	Hasil produk memuaskan	54	18	18	54	54	54	54	54	54	54
1,818	14,5	8,0	Tidak ada kerusakan	8	8	72	8	24	72	72	8	72	72
1,818	9,1	5,0	Waktu pembuatan tidak lama	5	5	5	45	15	5	5	15	5	5
1,818	12,7	7,0	Sesuai permintaan pelanggan	63	7	63	21	63	63	63	63	21	63
1,818	18,2	10,0	Design	90	90	90	90	90	90	90	30	10	10
1,818	7,3	4,0	Jenis bahan	36	36	36	36	36	36	12	36	4	36
1,818	5,5	3,0	Harga	9	27	3	3	27	27	3	27	9	27
1,818	1,8	1,0	Kualitas bahan	9	9	9	3	9	9	9	9	1	9
1,818	3,6	2,0	Garansi	2	2	18	18	18	2	18	2	18	2
1,818	16,4	9,0	Tepat waktu dalam pemesanan	9	9	27	81	27	9	9	9	81	9
Row		55,0	Total	285	211	341	359	363	367	335	253	275	287

Tabel 2.6 Importance Matrix

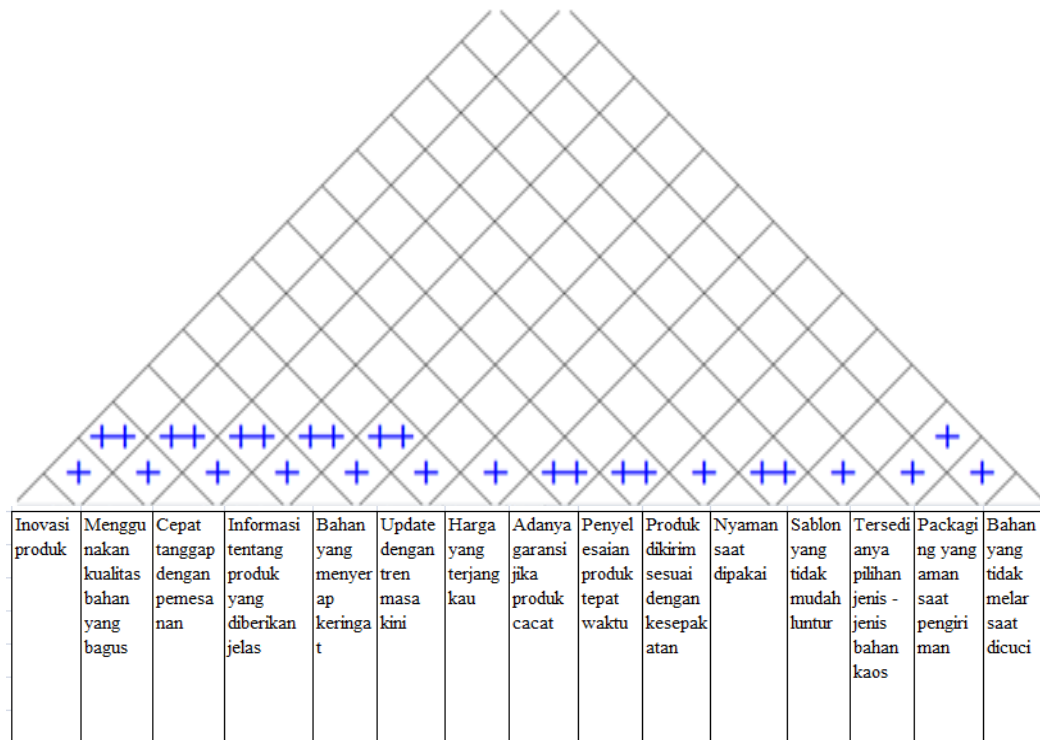
Average	Relative Weight Row	Weight/Importance Row	What	HOW				
				Inovasi produk	Menggunakan kualitas bahan yang bagus	Cepat tanggap dengan pemesanan	Informasi tentang produk yang diberikan jelas	Bahan yang menyerap keringat
1,818	10,9	6,0	Hasil produk memuaskan	54	54	18	54	54
1,818	14,5	8,0	Tidak ada kerusakan	8	72	8	24	8
1,818	9,1	5,0	Waktu pembuatan tidak lama	5	5	45	15	5
1,818	12,7	7,0	Sesuai permintaan pelanggan	21	63	63	63	63
1,818	18,2	10,0	Design	90	90	30	30	10
1,818	7,3	4,0	Jenis bahan	12	9	36	36	36
1,818	5,5	3,0	Harga	27	9	3	27	27
1,818	1,8	1,0	Kualitas bahan	9	9	9	9	9
1,818	3,6	2,0	Garansi	6	18	18	6	2
1,818	16,4	9,0	Tepat waktu dalam pemesanan	9	9	81	27	9
Row		55,0	Total	241	338	311	291	223
Max. Relationship Value in Column				9	9	9	9	9
Weight/Relationship Column				438,2	614,5	565,5	529,1	405,5
Relative Weight Column				5,40%	7,50%	6,90%	6,50%	5,00%

Lanjutan table 2.6 Importance Matrix

Average	Relative Weight Row	Weight/Importance Row	What	HOW									
				Update dengan tren masa kini	Harga yang terjangkau	Adanya garansi jika produk cacat	Penyelesaian produk tepat waktu	Produk dikirim sesuai dengan kesepakatan	Nyaman saat dipakai	Sablon yang tidak mudah luntur	Tersedia pilihan jenis-jenis bahan	Packaging yang aman saat pengiriman	Bahan yang tidak melar saat dicuci
1,818	10,9	6,0	Hasil produk memuaskan	54	18	18	54	54	54	54	54	54	54
1,818	14,5	8,0	Tidak ada kerusakan	8	8	72	8	24	72	72	8	72	72
1,818	9,1	5,0	Waktu pembuatan tidak lama	5	5	5	45	15	5	5	15	5	5
1,818	12,7	7,0	Sesuai permintaan pelanggan	63	7	63	21	63	63	63	63	21	63
1,818	18,2	10,0	Design	90	90	90	90	90	90	90	30	10	10
1,818	7,3	4,0	Jenis bahan	36	36	36	36	36	36	36	12	36	4
1,818	5,5	3,0	Harga	9	27	3	3	27	27	3	27	9	27
1,818	1,8	1,0	Kualitas bahan	9	9	9	3	9	9	9	9	1	9
1,818	3,6	2,0	Garansi	2	2	18	18	18	2	18	2	18	2
1,818	16,4	9,0	Tepat waktu dalam pemesanan	9	9	27	81	27	9	9	9	81	9
Row		55,0	Total	285	211	341	359	363	367	335	253	275	287
Max. Relationship Value in Column				9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Weight/Relationship Column				518,2	383,6	620	652,7	660	667,3	609,1	460	500	521,8
Relative Weight Column				6,40%	4,70%	7,60%	8,00%	8,10%	8,20%	7,50%	5,60%	6,10%	6,40%

Sumber: Diolah oleh peneliti tahun 2017

Tabel 2.7 Technical Correlation



Sumber: Diolah oleh peneliti tahun 2017

Pada item inovasi produk, menggunakan kualitas bahan yang bagus, cepat tanggap dalam pemesanan, informasi tentang produk yang diberikan jelas, bahan yang menyerap keringat, update dengan tren masa kini, harga yang terjangkau, adanya garansi jika produk cacat, penyelesaian produk tepat waktu, produk dikirim sesuai dengan kesepakatan, nyaman saat dipakai, sablon yang tidak mudah luntur, tersedianya pilihan jenis-jenis bahan kaos, packaging yang aman saat pengiriman dan bahan yang tidak mudah luntur diberikan pengaruh yang sama-sama positif antar item satu dengan item lainnya menurut perusahaan.

3. Pembahasan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dimana "bagaimana kualitas produk kaos dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) pada CV. Customindo Kreasi Mandiri Batam" secara umum analisis menggunakan metode *Quality Function Deployment* yang dilakukan menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Hanya beberapa yang perlu ditingkatkan agar kualitas produk meningkat. Dapat dilihat dari angka tertinggi hingga terendah yang dapat ditingkatkan kualitasnya, yang perlu ditingkatkan adalah nilai tertinggi merupakan item yang harus di prioritaskan terlebih dahulu. Dapat dilihat nilai tertinggi pada *weight relationship importance row* dimulai dari nilai 6667,3 dengan persentase 8,2%, nilai 660,0 dengan persentase 8,1%, nilai 620,0 dengan persentase 7,6%, nilai 609,1 dengan persentase 7,5%, nilai 518,2 dengan persentase 6,4%, nilai 518,2 dengan persentase 6,4%, nilai 500,0 dengan persentase

6,1%, nilai 460,0 dengan persentase 5,6%, nilai 383,6 dengan persentase 4,7%.

Pada *matrix house of quality "what"*, dapat dilihat bahwa yang dibutuhkan oleh para pelanggan / pembeli ada bermacam-macam. Seperti hasil produk yang memuaskan, tidak adanya kerusakan, waktu pemesanan produk, sesuai dengan permintaan pelanggan, design, bahan, harga, kualitas bahan, garansi serta tepat waktu. Setelah mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh pelanggan/pembeli maka dimasukkan ke dalam *demanded quality* yang ada pada *table*

Pada bagian *level of importance* inilah memasukkan nilai atau tingkat kepentingan dari "what" atau apa saja yang dibutuhkan oleh pelanggan atau pembeli menurut dengan skor 1 sampai 10. Untuk produk yang memuaskan, tidak adanya kerusakan, waktu pemesanan produk, sesuai dengan permintaan pelanggan, *design*, bahan, harga, kualitas bahan, garansi serta tepat waktu.

Pada bagian *voice of organization "how"* berisikan tentang bagaimana penjual atau CV. Customindo Kreasi Mandiri Batam mengatasi atau mewujudkan dari apa yang dibutuhkan oleh pembeli atau pelanggan (*what*). Pada bagian ini, CV. Customindo Kreasi Mandiri Batam dapat melakukan inovasi produk, menggunakan kualitas bahan yang bagus, cepat tanggap dalam pemesanan, informasi tentang produk yang diberikan jelas, bahan yang menyerap keringat. *update* dengan *trend* terbaru, harga yang terjangkau, adanya garansi jika produk cacat, penyelesaian produk tepat waktu, produk dikirim sesuai dengan kesepakatan, nyaman saat dipakai, sablon yang tidak mudah luntur,

Tabel 2.8 House Of Quality

Average	Relative Weight Row	Weight Importance Row	WHAT	HOW														4480
				Inovasi produk	Menggunakan kualitas bahan	Cepat tanggap dengan pemesanan	Informasi tentang produk yang	Bahan yang menyerap keringat	Update dengan tren masa kini	Harga yang terjangkau	Adanya garansi jika produk cacat	Penyelesaian produk tepat	Produk dikirim sesuai dengan	Nyaman saat dipakai	Sablon yang tidak mudah	Tersedia ya pilihan jenis -	Packaging yang aman saat pengiriman	
1,82	10,9	6,0	Hasil produk memuaskan	54	54	18	54	54	54	18	18	54	54	54	54	54	54	
1,82	14,5	8,0	Tidak ada kerusakan	8	72	8	24	8	8	8	72	8	24	72	72	8	72	
1,82	9,1	5,0	Waktu pembuatan tidak lama	5	5	45	15	5	5	5	5	45	15	5	5	15	5	
1,82	12,7	7,0	Sesuai permintaan pelanggan	21	63	63	63	63	63	7	63	21	63	63	63	21	63	
1,82	18,2	10,0	Design	90	90	30	30	10	90	90	90	90	90	90	30	10	10	
1,82	7,3	4,0	Jenis bahan	12	9	36	36	36	36	36	36	36	36	12	36	4	36	
1,82	5,5	3,0	Harga	27	9	3	27	27	9	27	3	3	27	3	27	9	27	
1,82	1,8	1,0	Kualitas bahan	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	1	9	
1,82	3,6	2,0	Garansi	6	18	18	6	2	2	2	18	18	18	2	18	2	18	
1,82	16,4	9,0	Tepat waktu dalam pemesanan	9	9	81	27	9	9	9	27	81	27	9	9	9	81	
Row	55,0			241	338	311	291	223	285	211	341	359	363	367	335	253	275	287
Max. Relationship Value in Column				9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Weight/Relationship Column				438,2	614,5	565,5	529,1	405,5	518,2	383,6	620,0	652,7	660,0	667,3	609,1	460,0	500,0	521,8
Relative Weight Column				5,4%	7,5%	6,9%	6,5%	5,0%	6,4%	4,7%	7,6%	8,0%	8,1%	8,2%	7,5%	5,6%	6,1%	6,4%

Sumber: Diolah oleh peneliti tahun 2017

tersedianya pilihan jenis-jenis bahan kaos, *packaging* yang aman saat pengiriman, serta bahan yang tidak melar saat dicuci.

Pada bagian *relationship matrix*, dihubungkanlah apa yang dibutuhkan oleh pembeli atau pelanggan dengan bagaimana CV. Customindo Kreasi Mandiri Batam menangani atau memberikan solusi dari apa yang dibutuhkan konsumen dengan menggunakan simbol-simbol yang sudah ditentukan dan sudah punya nilai masing-masing. Dengan menggunakan rumus yang telah ada, hasil akhir akan menghasilkan nilai bobot. Nilai yang terbesar adalah nilai yang harus diprioritaskan untuk segera diwujudkan menyusul item-item selanjutnya pada relative weight. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alfredo Tutuhaturnewa (2010), Zulman Efendi (2016), Andriyastuti Suratman (2013) yang mempunyai atribut atau variabel-variabel tertentu dan meningkatkan kualitas usaha masing masing berdasarkan *House of Quality* yang masing-masing melakukan perbaikan atas adanya permintaan dari pembeli atau konsumen yang telah dilakukan melalui kuisioner dan wawancara.

4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai kualitas produk CV. Customindo Kreasi Mandiri Batam (Pobosoccer), maka dapat disimpulkan :

1. Terdapat 10 item yang dibutuhkan oleh pelanggan atau pembeli pada bagian matrix of quality "what" dimana urutan 10 adalah design, urutan 9 dengan tepat waktu dalam pemasaran, urutan 8 dengan tidak ada kerusakan, urutan dengan sesuai dengan permintaan, urutan 7 yaitu sesuai permintaan pelanggan, urutan 6 adalah hasil produk memuaskan, urutan 5 yaitu waktu pembuatan tidak lama, urutan 4 adalah jenis bahan, urutan 3 adalah harga, urutan 2 adalah garansi dan urutan 1 yaitu kualitas bahan.
2. Pada bagian voice of organization "how" CV. Customindo Kreasi Mandiri Batam dapat memberikan solusi seperti inovasi produk, menggunakan kualitas bahan yang bagus, cepat tanggap dalam pemesanan, informasi tentang produk yang diberikan jelas, bahan yang menyerap keringat. update dengan trend terbaru, harga yang terjangkau, adanya garansi jika produk cacat, penyelesaian produk tepat waktu, produk dikirim sesuai

dengan kesepakatan, nyaman saat dipakai, sablon yang tidak mudah luntur, tersedianya pilihan jenis-jenis bahan kaos, packaging yang aman saat pengiriman, serta bahan yang tidak melar saat dicuci.

3. Dengan adanya relationship matrix dengan menggunakan rumus, didapatkan nilai tertinggi pada weight relationship importance row dimulai dari nilai 667,3 dengan persentase 8,2% yaitu pada item nyaman saat dipakai, nilai 660,0 dengan persentase 8,1% yaitu pada item produk dikirim sesuai dengan kesepakatan, nilai 652,7 dengan persentase 8,0% pada item penyelesaian produk tepat waktu, nilai 620,0 dengan persentase 7,6% yaitu pada item adanya garansi jika produk cacat, nilai 614,5 dengan persentase 7,5% pada item menggunakan kualitas bahan yang bagus, nilai 609,1 dengan persentase 7,5% pada item sablon yang tidak mudah luntur, nilai 565,5 dengan persentase 6,9% pada item cepat tanggap dengan pemesanan, nilai 529,1 dengan persentase 6,5% pada item informasi tentang produk yang diberikan jelas, nilai 521,8 dengan persentase 6,4% pada item bahan yang tidak melar saat dicuci, nilai 518,2 dengan persentase 6,4% pada item update dengan tren masa kini, nilai 500,0 dengan persentase 6,1% pada item packaging yang aman saat pengiriman, nilai 460,0 dengan persentase 5,6% pada item tersedianya pilihan jenis - jenis bahan kaos, nilai 438,2 dengan persentase 5,4% pada item inovasi produk, nilai 405,5 dengan persentase 5,0% pada item bahan yang menyerap keringat, nilai 383,6 dengan persentase 4,7% pada item harga yang terjangkau.

Berdasarkan pembahasan yang diperoleh dari penelitian ini dan di lihat dari hasil akhir *importance* yang ada pada *house of matrix*, penulis memberikan saran untuk meningkatkan item-item yang terdapat dalam penelitian yaitu pada item nyaman saat dipakai, pada item produk dikirim sesuai dengan kesepakatan, pada item penyelesaian produk tepat waktu, pada item adanya garansi jika produk cacat, pada item menggunakan kualitas bahan yang bagus, pada item sablon yang tidak mudah luntur, pada item cepat tanggap dengan pemesanan.

Pada item informasi tentang produk yang diberikan jelas, pada item bahan yang tidak melar saat dicuci, pada item update dengan tren masa kini, pada item packaging yang aman saat pengiriman, pada item tersedianya pilihan jenis-jenis bahan kaos, pada item inovasi produk, pada item bahan yang menyerap keringat, dan pada item harga yang terjangkau. Dengan adanya penelitian ini, semoga dapat membantu pihak CV. Customindo Kreasi Batam dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas produk kaos yang telah ada.

Referensi

- Akhadi, Mukhlis. 2009. *Ekologi Lingkungan: Aspiranti, Tasya; Nurfaahmiyati; Sundaya, Yuka;.* (2008). Analisis "Quality Function

Deployment" pada Sentra Industri Kecil Sepatu Cibaduyut. *MIMBAR, Volume XXIV, No. 1 : 1-11.*

- Baran, Zuleyhan; Yildiz, Mehmet Selami;. (2015). Quality Function Deployment and Application on a Fast Food Restaurant. *International Journal of Business and Social Science.*
- Efendi, Zulman;. (2016). Penerapan Quality Function Deployment (QFD) untuk Peningkatan Kinerja Industri Kecil Bakso Sapi Berdasarkan Kepuasan Pelanggan. 187-195.
- Fahmi, Irham. (2014). *Kewirausahaan Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Haluan Kepri. (2017). Retrieved from Haluan Kepri:<http://www.haluankepri.com/>
- Hartini, Sri;. (2012). Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Volume 14, No.1.*
- Hati, SW (2017) Pengaruh pendidikan dan Keterampilan Usaha Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa di Program Studi Akuntansi Politeknik Negeri Batam. Proceeding Simposium Nasional Akuntansi Vokasi Ke 6 SNAV. E - ISSN : 279-503 ISSN: 23 02 -741X
- Ira R; Hati, SW (2014) Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Mahasiswi dalam berwirausaha. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan Volume 2 Nomor 1 April 2014, ISSN 2303-324X* Program Studi Pendidikan Ekonomi Pascasarjana UNESA
- Jauhari, Jaidan. (2010). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan E-Commerce. *Jurnal Sistem informasi (JSI), Volume 2, No. 1 Halaman 159-168.*
- Kaharu, Debora; Budiarti, Anindhyta. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cosmic. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 5, Nomor 3 ISSN : 2461-0593.*
- Kompasiana.* (2015, Juni 24). Retrieved from <http://www.kompasiana.com> (diakses pada tanggal 22 Februari 2017)
- Machfoedz, Mas'ud. (2005). *Kewirausahaan Metode, Manajemen, dan Implementasi*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Runtuwunu, Johanes Gerardo; Oroh, Sem; Taroreh, Rita;. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. *Jurnal EMBA ISSN 2303-1174, Volume 2, No. 3 Halaman 1803-1813.*
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suratman, Andriyastuti. (2013). The Application Of Quality Function Deployment (QFD). *Management Department, Faculty of*

- Economics, Universitas Islam Indonesia*, ISBN : 978-979-636-147-2.
- Tutuhaturunewa, Alfredo;. (2010). Aplikasi Metode Quality Function Deployment dalam Pengembangan Produk Air Minum Kemasan. *Arika ISSN: 1978-1105*, Volume 4, No.1.
- Utami, Endah. (2015). Pendekatan Model Kano Pada Quality. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, Vol. 14, No. 2 ISSN 1412-6869.
- Purwanto, 2015 Arti, Tujuan dan Manfaat Berwirausaha, http://www.kompasiana.com/didiy46.kompasiana.com/arti-tujuan-dan-manfaat-berwirausaha_552b73316ea8347f4e8b45a8 (diakses pada tanggal 17 Februari 2017).
- Reni Asmarayeti, 2013, Wujudkan UMKM yang berkualitas dan mandiri <http://www.haluankepri.com/perspektif/46592-dedy-suryadi-aks-pmp-kukm-kota-batam.html> (diakses pada tanggal 17 Februari 2017)