

Strategi Pengembangan Produk Sandal Atozz dengan Metode QFD

Oleh:

Shanty Dhea Permatasari

Dosen Pembimbing, Dr. Rita Ambarwati Sukmono

Progam Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Oktober, 2023

Pendahuluan

- Fenomena

Indonesia menghadapi covid 19

Berdampak pada aspek perekonomian

Dalam fenomena ini banyak sektor usaha memanfaatkan teknologi dan internet

ISU

- Menurut Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KEMENKOP UKM), dari 59,2 juta pelaku UMKM ada sebanyak 8% atau 3,79 juta usaha Mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sudah memanfaatkan platform online untuk memasarkan produknya dan terus meningkat setiap tahunnya
- Bisnis tersebut sering disebut dengan bisnis online atau dikenal juga dengan istilah online shop.
- pasca pandemi, bangkit dalam perekonomian UMKM, dibutuhkan pengembangan kualitas, promosi maupun layanannya

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

- 1.) Apa saja yang menjadi kebutuhan konsumen dalam pemilihan produk sandal Atozz?
- 2.) Apakah produk sandal Atozz yang selama ini dipasarkan sudah memenuhi tingkat kepuasan konsumen?
- 3.) Bagaimana Qfd digunakan dalam analisis pengembangan produk sandal Atozz?

Metode

- Penelitian ini dilakukan di industri sandal Atozz yang berlokasi di Banjarpoh RT 10 RW 5 No. 54 Sidoarjo.
- Peneliti menggunakan metode kuantitatif serta jenis data primer wawancara manajer produksi penjualan dan data sekunder dari buku serta jurnal online yang berkaitan dengan peneliti.
- Menggunakan metode QFD (Quality Function Deployment). Serta matriks yang disebut (HOQ) house of quality. Menyebarkan kuisisioner sebanyak 100 responden. Karena tidak diketahui jumlah sampel populasinya, maka peneliti menggunakan rumus Lemeshow (Lemeshow(1990)).

Research GAP

- Menurut Penelitian (Hadi, 2022): menyatakan, terdapat nilai kepuasan dan kepentingan pelanggan yang memiliki prioritas tinggi yaitu kesamaan pada atribut kenyamanan produk serta adanya perancangan produk dan pada respon teknis yang nilai pada target lebih rendah dibandingkan Kompetitor. Namun tidak sejalan dengan adanya perancangan produk dan pada respon teknis yang nilai pada target lebih rendah dibandingkan Kompetitor
- Menurut Penelitian (Naila, 2022) : menyatakan hasil perolehan respon teknis yang terus akan ditindak lanjuti dalam pembuatan suatu produk. namun penelitian tersebut tidak sejalan dengan hasil penelitian yang menggunakan hasil pengujian IPA dalam menghasilkan atribut yang telah dieliminasi.
- Menurut Penelitian (Dwiki, 2019) : Adanya sebuah perbedaan pada penelitian terkait tidak adanya perbandingan pada merek toko lain yang bisa dijadikan perbandingan pencarian suatu industri mana yang paling bisa memenuhi kebutuhan konsumen

Manfaat Penelitian

- Teoritis



- Referensi
- Literature Pertimbangan

- Praktis



- (Peneliti):
Kesempatan penulis untuk menerapkan pengetahuan
- (Pelaku usaha mikro):
Bahan pertimbangan dalam memperbaiki Kinerja Usaha Mikro
- (UMSIDA):
Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya

Pembahasan dan Hasil

- Perhitungan terdapat atribut tertinggi pada tingkat kepentingan sebesar 4,51 dan terendah 4,00 sedangkan untuk tingkat kepuasan 4,35 dan terendah 4,07. Adapun Raw Weight nilai tertinggi sebesar 8,17 pada atribut iklan menarik dan terendah 6,00 untuk penilaian konsumen terhadap pelayanan toko sandal. Sedangkan nilai tertinggi normalized raw weight yaitu 0,042291.
- menunjukkan masing-masing penilaian dari manajer produksi yang terdapat contoh hubungan kuat yaitu pada pemilihan bahan baku yang berpengaruh pada daya tahan yang kuat lalu hubungan sedang untuk variasi model, hubungan lemah untuk variasi ukuran dan kosong untuk konsistensi pelayanan yang tidak berpengaruh.

Pembahasan dan Hasil

- Berdasarkan tabel diketahui bahwa nilai contribution tertinggi sebesar 4,97 serta normalized contribution dengan 0,03. Benchmarking Atozz 4,24, benchmarking Seymore 4,03 dan Greenlove 4,11. Pada target menunjukkan bahwa produk sandal Atozz mampu mencapai nilai target yang dapat dikatakan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Contribution	3,06	1,35	2,12	2,05	4,79	1,96	2,09
Normalized Contribution	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03
Benchmarking Atozz	4,24	4,24	4,23	4,22	4,21	4,22	4,21
Benchmarking Seymore	3,96	3,98	3,95	3,95	4,01	3,87	4,02
Benchmarking Greenlove	3,90	3,85	3,88	3,87	4,01	4,11	4,01
Targetting	4,24	4,24	4,23	4,22	4,21	4,22	4,21

Kesimpulan

- Pertama pada atribut selalu melakukan konsistensi pelayanan dari mulai memahami peran penting pelanggan dengan memenuhi keinginan dan kebutuhannya. serta dengan pelayanan yang terbaik, dengan memberikan pernyataan dan menawarkan produk dengan jelas serta tetap selalu memantau feedback yang disampaikan pelanggan melalui sosial media, atau pun langsung.
- Kedua yaitu melakukan perbaikan pada pemilihan bahan baku mulai dari proses produksi sandal dengan ukuran dan model yang beragam. Proses pembuatan dengan lem yang kuat sehingga tidak muda lepas jika terkena air dan dapat bertahan lama. Serta dikemas dengan baik sehingga menjaga daya tahan produk.
- serta pengembangan yang ketiga ialah, mendesain ukuran dengan berbagai macam ukuran yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen agar terciptannya daya beli pelanggan.

REFERENSI

- [1] K. Sen, G. Prybutok, and V. Prybutok, "The Use of Digital Technology for Social Wellbeing Reduces Social Isolation in Older Adults: A Systematic Review," *SSM-population Heal.*, vol. 17, p. 101020, 2022.
- [2] A. Oktavenia, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai PemediSari, Halim, TSari, Halim, Tanjung, Permadi, Prasetio, Hasnidar, Dewi, Arfandi, Sudarso, & Hasyim. (2021). MaLindawati, S., Hendri, M., & Hutahaean, J.," *E-Jurnal Manaj. Univ. Udayana*, vol. 8, no. 3, p. 1374, 2019.
- [3] Y. I. Abi, "Pengaruh Brand image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada KFC di Kota Bengkulu," *Manag. Insight J. Ilm. Manaj.*, vol. 15, no. 1, pp. 95–107, 2020.
- [4] A. Cennatal, "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT Saf Mitra Abadi." *Prodi Manajemen*, 2020.
- [5] A. Mundir and A. A. Rahayu, "Pengaruh Bauran Pemasaran 4P (Produk, Price, Place, Promotion) Dan Kualitas Pelayanan Berbasis Syariah Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Di Toko Yunika Jabon Sidoarjo," *J. Mu'allim*, vol. 4, no. 1, pp. 34–52, 2022, doi: 10.35891/muallim.v4i1.2949.
- [6] D. T. Khusuma and H. Utomo, "Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Venice Pure Aesthetic Clinic Salatiga," *Among Makarti*, vol. 13, no. 2, pp. 78–88, 2021, doi: 10.52353/ama.v13i2.199.
- [7] A. Pratama and Realize, "Pengaruh Kualitas, Brand Image dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa," *J. Ilm. Simantek*, vol. 4, no. 1, pp. 31–41, 2020.
- [8] A. Nazarudin, N. L. W. S. Telagawathi, and G. P. A. J. Susila, "Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus pada Mahasiswa Jurusan Manajemen," *Bisma J. Manaj.*, vol. 5, no. 1, pp. 17–25, 2019.
- [9] N. Meshko and A. Savinova, "Digital Marketing Strategy: Companies Experience During pandemic," *VUZF Rev.*, vol. 5, no. 4, pp. 41–49, 2020, doi: 10.38188/2534-9228.20.4.05.
- [10] R. F. A. Pasaribu, I. L. Sianipar, Y. F. Siagian, and V. Sartika, "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy Pt. Amerta Indah Otsuka Kota Medan," *J. Manaj.*, vol. 5, no. 1, pp. 45–52, 2019, [Online]. Available: <https://www.ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/52>

Referensi

- [11] B. S. Putra, “Kualitas Pelayanan Pencatatan Nikah di Kantor Urusan Agama Kecamatan Padakembang Kabupaten Tasikmalaya Tahun 2019,” 2020, [Online]. Available: <http://digilib.uinsgd.ac.id/35498/>
- [12] Abdul Gofur, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap,” J. Ris. Manaj. dan Bisnis Fak. Ekon. UNIAT, vol. 4, no. 1, pp. 37–44, 2019.
- [13] R. F. Baskara, M. B. D. Anastasia, and J. G. Argo, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Traveloka,” Korelasi, vol. 2, pp. 1645–1659, 2021.
- [14] T. Wicaksono, M. B. Hossain, and C. B. Illés, “Prioritizing Business Quality Improvement of Fresh Agri-food SMEs through Open Innovation to Survive the Pandemic: A QFD-based Model,” J. Open Innov. Technol. Mark. Complex., vol. 7, no. 2, p. 156, 2021.
- [15] C. Y. P. Chan, K.-S. Chin, C. Chan, and K. L. Tsui, “An Analysis of Passengers’ Ride Needs of Urban Rail Transit Services: Application of Quality Function Deployment,” Int. J. Qual. Innov., vol. 5, pp. 1–21, 2019.
- [16] M. M. Pandey, “Evaluating the Strategic Design Parameters of Airports in Thailand to Meet Service Wxpectations of Low-Cost Airlines using the Fuzzy-based QFD Method,” J. Air Transp. Manag., vol. 82, p. 101738, 2020.

Referensi

- [17] A. R. Saputro, A. A. Rohman, and R. Akbar, "Rancangan Recycle dan Redesign Produk Sepatu Bola Bekas Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD)," vol. 6, no. 2, 2022.
- [18] N. A. Rahmah, "Pengembangan Alat Pembersih Teripang Holothuroidea's Innovation Technology Automation (HITA) Dengan Metode Quality Function Deployment (QFD) Studi Kasus ...," J. Manuf. Ind. ..., vol. 1, no. 1, pp. 14–25, 2023, [Online]. Available: <https://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/MINE-TECH/article/view/16566%0Ahttps://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/MINE-TECH/article/viewFile/16566/5905>
- [19] D. F. Natakusumah, A. A. P. A. S. Wiranatha, and I. K. Satriawan, "Strategi Pengembangan Usaha melalui Peningkatan Kualitas Produk Ice Coconut Long Black di Titik Temu Coffee Shop, Seminyak, Badung," J. Rekayasa dan Manaj. Agroindustri ISSN, vol. 2503, p. 488X, 2019.
- [20] A. G. Bestari, "Pembuatan Tote Bag Dengan Hiasan Textile Painting Sebagai Upaya Sustainable Fashion," Pros. Pendidik. Tek. Boga Busana, vol. 15, no. 1, 2020.
- [21] M. Waruwu, "Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)," J. Pendidik. Tambusai, vol. 7, no. 1, pp. 2896–2910, 2023.
- [22] S. Riyanto and A. A. Hatmawan, Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen. Deepublish, 2020.
- [23] Y. Prananda, D. R. Lucitasari, and M. S. Abdul Khannan, "Penerapan Metode Service Quality (Servqual) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan," Opsi, vol. 12, no. 1, p. 1, 2019, doi: 10.31315/opsi.v12i1.2827.
- [24] D. K. Listanto, C. Chalil, and I. N. Santi, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Membeli Di J.Co Donuts Dan Coffe Palu Grand Mall," J. Ilmu Manaj. Univ. Tadulako, vol. 5, no. 3, pp. 240–250, 2020, doi: 10.22487/jimut.v5i3.156.

TERIMA KASIH

