

PENINGKATAN KUALITAS TAS KAIN PERCA MITRA COLLECTION DENGAN MENGGUNAKAN METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT(QFD)

Emma Widiyanti¹, Desi Nurhayati²

Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Yogyakarta

email: [¹emmawidia@gmail.com](mailto:emmawidia@gmail.com) [²desinurhayati@gmail.com](mailto:desinurhayati@gmail.com)

Info Artikel :

Diterima :

1 April 2023

Disetujui :

15 April 2023

Dipublikasikan

: 10 Mei 2023

ABSTRAK

Kerajinan tas kain perca batik pada awalnya kurang diminati namun saat ini sudah menjadi salah satu kerajinan yang paling dikagumi dan diminati oleh banyak orang Indonesia, bahkan juga di seluruh dunia. Namun, perkembangan pasar yang meningkat tidak diimbangi dengan adanya jaminan kualitas produk. Produsen masih mengesampingkan pentingnya kualitas suatu produk. Sedangkan di sisi yang lain konsumen menginginkan adanya kualitas pada produk yang dikonsumsi/digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keinginan dan kepuasan konsumen tas kainperca dan untuk mengetahui bagaimana cara peningkatan kualitas produk tas kain perca Mitra Collection.

Dalam penelitian ini digunakan metode QualityFunction Deployment (QFD) karena QFD bertujuan untuk memenuhi sebanyak mungkin keinginan konsumen sehingga diharapkan bisa lebih unggul dibandingkan dengan produk kompetitor dan akan lebih fokus terhadap pelanggan. Sehingga dapat diketahui bagaimana realisasi antara harapan konsumen dan keadaan produk yang sebenarnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian lapangan (field research) dengan model kuantitatif dan desain penelitian yang digunakan adalah desain eksploratif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen tas perca mitra collection. Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan sampel sebanyak 100 responden konsumen tas perca mitra collection Yogyakarta.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga prioritas keinginan konsumen untuk perbaikan kualitas tas perca mitra collection dari segi keinginan konsumen adalah keunikan produk menjadi point penting dalam pembelian, adanya nilai seni pada produk, nilai seni berasal dari kain perca batik, kombinasi warna perca yang menarik, dan kombinasi bentuk perca yang sesuai.

Keyword : Peningkatan kualitas, Kain perca, Metode QFD

ABSTRACT

The craft of batik patchwork bags was initially less desirable, but now it has become one of the most admired and demanded handicrafts by many Indonesians, even throughout the world. However, increased market development is not matched by a guarantee of product quality. Manufacturers still ignore the importance of the quality of a product. Meanwhile, on the other hand, consumers want quality in the products they consume/use. This study aims to determine the desires and satisfaction of patchwork bag consumers and to find out how to improve the quality of Mitra Collection patchwork bag products.

In this study the Quality Function Deployment (QFD) method was used because QFD aims to fulfill as many consumer desires as possible so that it is hoped that it will be superior to competing products and will be more customer focused. So that it can be seen how the realization is between consumer expectations and actual product conditions. This study uses a field research approach with a quantitative model and the research design used is an explorative design. The population in this study were all consumers of patchwork bag collection partners. The sampling method used purposive sampling with a sample of 100 respondents, Yogyakarta collection partner patchwork consumers.

The results showed that the three priorities of consumers' desire to improve the quality of patchwork partner collection bags from the perspective of consumers' wishes were the uniqueness of the product being an important point in purchasing, the artistic value of the product, the artistic value derived from patchwork batik, the combination of attractive patchwork colors, and the combination appropriate patchwork shape.

Keyword : Quality improvement, patchwork, QFD method



PENDAHULUAN

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) adalah pasar bebas yang menjadi cita-cita negara ASEAN yang kemudian diharapkan menjadi tonggak pembangunan ekonomi negara-negara ASEAN. Dengan MEA diharapkan ASEAN akan memiliki empat karakteristik utama yaitu sebagai pasar tunggal dan kesatuan basis produksi, kawasan ekonomi yang berdaya saing, pertumbuhan ekonomi yang merata, dan, meningkatkan kemampuan untuk berintegrasi dengan perekonomian global (Syukriah:2013).

Kerajinan kain perca batik yang awalnya kurang diminati saat ini sudah menjadi salah satu kerajinan yang paling dikagumi dan diminati oleh banyak orang Indonesia, bahkan juga di seluruh dunia atau yang biasa dikenal dengan istilah patchwork. Kerajinan ini berasal dari orang – orang Eropa yang pertama kali menempati dan mendiami Amerika Serikat. Hal ini terjadi karena mereka berada pada posisi minim dan kesulitan mendapatkan material maka, mereka memanfaatkan sisa – sisa dari kain – kain yang rusak atau tidak bisa digunakan kemudian mengguntingnya lalu dijadikan bentuk yang dapat dimanfaatkan kembali (Hamidin:2012). Perkembangan Patchwork saat ini diaplikasikan dalam berbagai produk seperti hiasan dinding, lukisan, tas, dan sebagainya. Dengan kreatifitas dan ketrampilan kain perca batik dapat dimanfaatkan untuk pembuatan asesoris, pakaian, souvenir, furnitur, produk fashion, dan yang lainnya. Sebagai produk kerajinan produk kain perca memiliki nilai seni didalamnya hal ini dapat dilihat dari perpaduan warna perca, teknik jahitan, pola, dan bentuk yang berbeda dengan produk lainnya.

Salah satu industri kerajinan kain perca di Yogyakarta adalah Mitra Collection yang beralamat di TarubanKulon,Tuksono,Sentolo,KulonProgo. Industri kerajinan kain perca Mitra Collection setiap bulannya menghasilkan 1000 – 3000 tas pada hari biasa dan jumlah itu akan menjadi dua kali lipat pada saat musim liburan tergantung dari permintaan. Mitra Collection telah memproduksi kurang lebih 60 macam tas dari ukuran kecil sampai ukuran besar diantaranya: tasransel, tas bullet, tas pinggang, tas mangka, tas lengan mungil, tas pita satu, tas pita dua, tas heandphone, tas paha, tas dompet, tas laptop, tas rempong, tas sekolah pita, tas olor, tas belanja, tas koper.

MetodeQuality Function Deployment (QFD) bertujuan untuk menjembatani antara permintaan pelanggan dengan spesifikasi teknis. Metode robust adalah metode yang menggunakan pendekatan kelayakan produk tidak terpengaruh oleh faktor lingkungan.Konsep value analysis adalah metode untuk memenuhi produk dengan keinginan pelanggan dengan biaya serendah mungkin. Sedangkan konsep modular adalah metode yang mengembangkan bagian bagian atau komponen dari suatu produk(Sumayang:2003). Dalam penelitian ini digunakan metodeQualityFunction Deployment (QFD) karena QFD bertujuan untuk memenuhi sebanyak mungkin keinginan konsumen sehingga diharapkan bisa lebih unggul dibandingkan dengan produk kompetitor dan akan lebih fokus terhadap pelanggan.

KAJIAN PUSTAKA

1. Kain Perca

Kain perca adalah kain yang menjadi limbah pabrik konveksi, tempat atau pabrik yang memproduksi pakaian (Hamidin:2012). Kerajinan tangan dari kain perca dalam Bahasa Inggris dikenal dengan istilah patchwork. Dalam pengertiannya patchwork adalah kerajinan yang mengabungkan potongan–potongan kain perca satu dengan yang lainnya dengan motif yang berbeda atau yang berbeda lalu menjadi bentuk yang baru (Hamidin:2012).

Beberapa teknik jahitan yang digunakan dalam pembuatan produk kain perca

diantaranya:

- a. Patchworking yaitu teknik jahitan yang mengelilingi objek. Jahitan ini bertujuan untuk mempertegas pola kain dan untuk menyatukan guntingan perca menjadi satu bagian kesatuan yang utuh. Dalam proses quiting ini akan melibatkan memadukan warna kain perca.
- b. Applique yaitu teknik membentuk motif dari kain perca yang selanjutnya ditempelkan pada satu helai atau lebih kain utuh sebagai lapisan dasarnya.
- c. Quilting yaitu teknik penyempurnaan dimana dalam teknik ini hanya menambahkan busa sebagai lapisan tambahan agar kerajinan tangan dari kain perca lebih tebal dan kuat (Tjahjadi:2011).

2. Produk

Menurut Pride dan Ferrell yang dikutip dalam Tjiptono (2006) produk dapat didefinisikan sebagai serangkaian atribut tangible dan intangible, termasuk manfaat atau utilitas fungsional, sosial, dan psikologis. Produk sebagai segala sesuatu yang bisa ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (Kotler:2001). Apabila ditinjau dari segi berwujud atau tidaknya maka produk dapat diklasifikasikan kedalam dua kelompok sebagai berikut:

a. Barang /goods

Barang merupakan hasil atau keluaran/output berwujud fisik dari proses transformasi sumber daya, sehingga bisa dilihat, diraba/disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan dan mendapat perlakuan fisik lainnya.

b. Jasa

Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Lima tingkatan produk menurut Kotler dan Armstrong (2001) yaitu:

- 1) Produk utama/inti (core benefit) yaitu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh pelanggan dari setiap produk.
- 2) Produk generik yaitu produk dasar yang mampu memenuhi fungsi produk yang paling dasar.
- 3) Produk harapan (expected produk) yaitu produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisinya secara normal (layak) diharapkan dan disepakati untuk dibeli.
- 4) Produk pelengkap (augmented product) yakni berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambahi berbagai manfaat dan layanan, sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan bisa dibedakan dengan produk pesaing.
- 5) Produk potensial yaitu segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk dimasa mendatang (Tjiptono:2008).

3. Kualitas

Kualitas produk atau mutu produk adalah aspek penting yang tidak bisa dipisahkan dari nilai produk itu sendiri. Ditinjau dari segi produsen definisi kualitas (Prawirosentono, 2002:5) Keadaan fisik, fungsi, dan sifat suatu produk bersangkutan dan dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan memuaskan sesuai nilai uang yang akan dikeluarkan.

Menurut Joseph S. Martinich yang dikutip Yamit (2004) spesifikasi dimensi kualitas produk yang relevan dengan pelanggan dikelompokkan dalam enam dimensi yaitu;

- a. Performance, adalah performa produk di masa yang akan datang.
- b. Range and type of features adalah kemampuan atau keistimewaan yang dimiliki produk dan pelayanan.

- c. Reability and durability atau kehandalan produk adalah berhubungan dengan waktu penggunaan sebelum terjadi kerusakan.
- d. Maintainability and serviceability adalah kemudahan pengoperasian dan kemudahan perbaikan maupun ketersediaan komponen pengganti.
- e. Sensory characteristic adalah penampilan, corak, rasa, daya tarik, bau, selera.
- f. Etnical profile and image adalah kesan pelanggan terhadap produk dan pelayanan.
- 4. Standar kualitas yang ditetapkan setiap individu pasti berbeda dengan dasar pertimbangan kebutuhan dan sudut pandang konsumen itu sendiri dalam memandang sebuah kualitas produk.

4. Kepuasan Konsumen

Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan (Tjiptono:2002).

Pada umumnya program kepuasan pelanggan meliputi kombinasi dari tujuh elemen utama yaitu:

a. Barang dan jasa berkualitas

Perusahaan yang ingin menerapkan program kepuasan pelanggan harus memiliki produk berkualitas baik dan layanan prima.

b. Relationship Marketing

Kunci pokok dalam setiap program promosi loyalitas adalah upaya menjalin relasi jangka panjang dengan para pelanggan.

c. Program promosi loyalitas

Yaitu program yang memberikan semacam penghargaan khusus (seperti diskon, bonus, voucher) kepada pelanggan skala besar atau pelanggan rutin (heavy users) agar tetap loyal pada produk dari perusahaan bersangkutan.

d. Fokus pada pelanggan terbaik

Pelanggan terbaik bukan sekedar mereka yang termasuk heavy users.

e. Sistem penanganan keluhan secara efektif

Penanganan keluhan terkait erat dengan kualitas produk.

f. Unconditional guarantees

Garansi merupakan janji eksplisit yang disampaikan kepada para pelanggan mengenai tingkat kinerja yang dapat diharapkan akan mereka terima.

g. Program pay for performance

5. Quality Function Deployment (QFD)

QFD merupakan sebuah metode perencanaan dan pengembangan produk yang terstruktur yang memungkinkan tim pengembang untuk menentukan secara jelas kebutuhan dan keinginan konsumen dan kemudian mengevaluasi kapasitas setiap proposal dan produk dan jasa secara sistematis. QFD berfokus pada harapan/permintaan pelanggan, yang sering disebut juga dengan voice of customer. QFD dapat memberikan beberapa keuntungan antara lain: dalam jangka pendek seperti mengurangi hambatan lintas fungsional yang terkait dengan tim pengembangan produk dan membantu perubahan budaya perusahaan (Deswindi:2011).

Tiga tujuan utama dalam penerapan Quality Function Deployment (QFD) adalah:

- a. Memprioritaskan keinginan pelanggan sehingga sesuai dengan harapan dan kebutuhan

- b. Menerjemahkan kebutuhan pelanggan ke dalam karakteristik teknis dan spesifikasi
- c. Membangun dan memberikan kualitas produk atau pelayanan dengan fokus terhadap kepuasan pelanggan.

Pada tahap ini dilakukan analisis dan interpretasi terhadap rumah kualitas yang sudah disusun pada tahap sebelumnya. Dan bila dilanjutkan pada sebuah produk/jasa maka akan dihasilkan produk/jasa yang mempunyai karakteristik yang kuat untuk memenuhi keinginan konsumen (Cohen:1995).

Menurut Sumayang (2003) komponen dalam House Of Quality adalah:

- a. Keinginan pelanggan/atribut pelanggan/customer equirements diletakkan di sebelah kiri dan dinilai dengan bobot kepentingan serta keutamaannya.
- b. Design parameter/karakteristik rekayasa teknis berada di bagian atas matrik dimana komponen ini menunjukkan usaha bagian produksi dalam mewujudkan keinginan pelanggan.
- c. Keterkaitan adalah mencerminkan antara keinginan dengan karakteristik rekayasa teknis yang dilihat dengan menggunakan tanda atau simbol.
- d. Atap House Of Quality adalah tempat untuk menyatakan hubungan keterkaitan antara unsur-unsur dalam karakteristik rekayasa teknis, jika ada komponen karakteristik teknik dirubah maka akan mempengaruhi karakteristik lainnya.
- e. Bagian dasar adalah tempat daftar sasaran dari rancang bangun secara kuantitatif yang menunjukkan hasil akhir dari faktor keinginan pelanggan, persaingan, karakteristik rekayasa teknis.

Sumber : Cohen:1995

METODE PENELITIAN

A. Desain dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian lapangan (field research) yaitu data yang diambil merupakan data yang berasal dari fakta yang terjadi secara riil yang berada di lapangan. Jenis penelitian ini menggunakan model kuantitatif yaitu penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan (Sugiyono:2008). Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain eksploratif. Penelitian eksploratif adalah penelitian yang ingin menggali secara luas tentang sebab-sebab atau hal yang mempengaruhi terjadinya sesuatu (Arikunto:2006).

B. Definisi Variabel Operasional

Dalam penelitian ini hanya memiliki dua variabel yaitu:

1. Keinginan dan kepuasan konsumen produk
Pengukuran kepuasan konsumen dapat dilakukan berdasarkan kualitas kinerja atribut produk yang sudah ada di pasar.
2. Peningkatan kualitas produk kain perca dengan menggunakan metode Quality Function Deployment(QFD)".
Peningkatan kualitas produk kain perca menggunakan keinginan dan kepuasan konsumen produk kain perca sebagai bahan pertimbangan. Kemudian, keinginan dan kepuasan konsumen akan di kolerasikan dengan kemampuan pemenuhan produk oleh produsen.

C. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna produk tas kain perca Mitra Collection di Yogyakarta.

Metode pengambilan sample pada penelitian ini menggunakan purposive sample. Adapun kriteria-kriteria yang dijadikan sampel penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Responden pengguna produk kain perca dengan spesifikasi produk tas perca dari Mitra Collection.
- Responden sudah menggunakan produk tas kain perca kurang lebih 3 jenis tas.
- Responden sudah menggunakan produk tas kain perca kurang lebih 1 tahun.

Berdasarkan pendapat tersebut maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden yang ada di Yogyakarta.

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain eksploratif yaitu penelitian yang ingin menggali secara luas tentang sebab-sebab atau hal yang mempengaruhi terjadinya sesuatu. Sebelum dilakukan analisis terlebih dahulu dilakukan uji validitas, uji reliabilitas dan uji normalitas sebaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Suara konsumen terkait dengan keinginan konsumen

Dari hasil penelitian diperoleh data terkait dengan keinginan konsumen tas perca mitra *collection* sebagai berikut:

- Keunikan produk menjadi point penting dalam pembelian, adanya nilai seni pada produk, dan nilai seni berasal dari kain perca batik.
- Kombinasi warna perca yang menarik.
- Kombinasi bentuk perca yang sesuai

Gambar 1 . Contoh Produk Tas Kain Perca Mitra Collection



Dari gambar diketahui bahwa bagi konsumen keunikan produk menjadi poin penting dalam pembelian dan memiliki hubungan yang kuat dengan karakteristik teknis seni perpaduan warna, seni menempel, dan kombinasi antar perca. Dalam mewujudkan keunikan produk menjadi poin penting dalam pembelian kaitannya dengan seni perpaduan warna yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan penggolongan warna untuk masing-masing perca. Hal ini kaitannya dengan pendapat yang mengatakan bahwa produk dapat dideferensiasi berdasarkan bentuk, ukuran, model atau struktur fisik sebuah produk (Kotler:2000). Dengan penggolongan warna ini diharapkan antar komponen perca memiliki jenis warna yang sesuai dan selaras. Dari seni menempel yang dapat dilakukan dengan cara menyesuaikan antara ukuran perca dan bentuk perca mengingat perca adalah sisa-sisa guntingan kain yang ada setelah membuat pakaian atau karya kerajinan tekstil lainnya (Budiono:2008). Kreativitas (*drivergen thinking*) adalah kemampuan atau cara berfikir seseorang untuk menciptakan atau menghasilkan sesuatu yang baru, berbeda, belum ada sebelumnya atau memperbaiki sesuatu yang sudah ada gagasan, ide, hasil karya dan respon dari situasi yang tidak terduga (Asmorini:2013).

Dari seni menempel yang dapat dilakukan dengan menggunakan teknik jahit *patchwork* yang beragam seperti *Hand Piecing*, *Triangle Star*, *hexagon star*, *tortoiseshell star*, *compass star*, *machine piecing*, *combining machine* (Haigh:2000).

Gambar 2. Teknik Jahit *Patchwork*



Sedangkan pendapat yang lain mengatakan bahwa teknik jahit untuk perca antara lain cara acak (tak beraturan), cara jiplakan pola (*template*), cara tumpang tindih (*overlapping*), cara jahit jelujur, dan cara pola geometris (Budiono:2008). Kombinasi antar perca agar adanya nilai seni pada produk dilakukan dengan menjadikan tas perca sebagai media lukis. Kain perca dengan motif batik dapat dibuat menjadi suatu karya seni lukis, yaitu dengan memadukan kain perca batik dengan motif yang menarik kemudian ditempel pada bidang kanvas lukis dan untuk selanjutnya pada bidang kanvas tersebut dilukis dengan tekstur garis atau blok warna sehingga menampilkan suatu karya seni lukis kontemporer yang memiliki nilai estetis tinggi.(Sunarno:2014)

Prioritas konsumen selanjutnya adalah kombinasi warna perca yang menarik memiliki hubungan yang kuat dengan karakteristik teknis seni perpaduan warna dan seni menempel. Untuk mewujudkan keinginan tersebut dari karakteristik teknis seni perpaduan warna adalah kombinasi warna memperhatikan kontras warna dan penggolongan warna perca. dalam seni menempel yang dapat dilakukan adalah pada proses penempelan memperhatikan degradasi warna masing-masing perca. Selanjutnya adalah kombinasi bentuk perca yang sesuai memiliki hubungan yang kuat dengan karakteristik teknis seni menempel dan kombinasi antar perca. Untuk mewujudkan keinginan tersebut dari seni menempel yang dapat dilakukan adalah dengan pada proses penempelan kain perca sesuai dengan pola yang sudah ada. Untuk mewujudkan keinginan tersebut dari kombinasi antar perca dengan tidak adanya perca yang saling tumpang tindih sehingga karakter masing-masing perca dapat terlihat dan ditonjolkan. Dari segi matrik *house of quality* setelah diturunkan ke bagian yang lebih kecil dapat diketahui bagian dari persyaratan teknis yang harus diprioritaskan, dari penjelasan diatas dapat disimpulkan peningkatan kualitas tas perca mitra *collection* adalah sebagai berikut:

Tabel 1.
Perbaikan Kualitas Tas Perca Mitra Collection

Suara Konsumen	Karakteristik Teknis	Perbaikan
Keunikan produk menjadi point penting dalam pembelian	Seni perpaduan warna	Penggolongan warna
	Seni menempel	Penggolongan ukuran perca dan bentuk perca
	Kombinasi antar perca	Meningkatkan kreatifitas karyawan
Adanya nilai seni pada produk	Seni perpaduan warna	Kesesuaian warna
	Seni menempel	Menggunakan teknik jahit <i>patchwork</i> yang beragam
	Kombinasi antar perca	Menjadikan tas perca sebagai media lukis.
Nilai seni berasal dari kain perca batik	Seni perpaduan warna	Mengatur kontras warna
	Seni menempel	Pembuatan karakter objek dengan kain perca
	Kombinasi antar perca	Penggolongan berdasarkan motif perca
Kombinasi bentuk perca yang sesuai	Seni perpaduan warna	Kontras warna
		Penggolongan warna perca
	Seni menempel	Memperhatikan degradasi warna
Kombinasi bentuk perca yang sesuai	Seni menempel	Penempelan sesuai dengan pola
	Kombinasi antar perca	Tidak adanya perca yang saling tumpang tindih

2. Suara konsumen terkait dengan kepuasan konsumen

Menurut Munawar, 2009, Berdasarkan kepentingan absolut dan relatif dapat diketahui tiga urutan prioritas keinginan konsumen yang akan dipenuhi oleh mitra *collection* yaitu:

- Kesesuaian atribut produk dan produk berbeda dengan yang lain.
- Jangka waktu penggunaan.
- Desain yang bagus.

diketahui bahwa kesesuaian atribut produk memiliki hubungan yang kuat dengan karakter teknis yaitu meningkatkan standar kualitas dan menyesuaikan antar atribut. Untuk mewujudkan keinginan tersebut dari meningkatkan standar kualitas dapat dilakukan dengan kontroling pada setiap tahap produksi tas perca. Dari menyesuaikan antar atribut dapat dilakukan dengan adanya standarisasi kualitas untuk masing-masing atribut produk. standarisasi adalah proses penetapan ukuran, bentuk, tampilan, dan karakteristik dari barang yang dibuat (Moore:1986).

Prioritas selanjutnya adalah produk berbeda dengan yang lain memiliki hubungan yang kuat dengan dengan karakter teknis yaitu meningkatkan standar kualitas dan menyesuaikan antar atribut. Untuk mewujudkan keinginan tersebut dari meningkatkan standar kualitas dapat dilakukan dengan pemilihan bahan baku yang digunakan. Bahan mentah adalah semua bahan yang didapat dari sumber daya alam atau yang didapat dari usaha manusia untuk dimanfaatkan lebih lanjut (Kartassapoetra:1987). Dalam kegiatan industrinya, perusahaan industri berkepentingan dengan ketersediaan bahan mentah atau bahan baku ataupun barang setengah

jadi, dengan ketentuan mudah didapat, tersedianya sumber yang dapat menunjang usaha untuk jangka panjang, harganya layak, sesuai dengan kualitas yang diharapkan yang artinya bila diolah akan menjadi produk yang baik, dan biaya pengangkutannya/penyampaiannya ke pabrik/perusahaan dapat dikatakan murah atau layak (Kartasapoetra:1987).

Untuk mewujudkan keinginan tersebut dari menyesuaikan antar atribut mengutamakan prinsip keseimbangan antar atribut. Keseimbangan (*balance*) bertujuan agar rangkaian atau komposisi yang dibuat tidak berat sebelah. Karya seni/desain harus memiliki keseimbangan agar enak dilihat, tenang, dan tidak berat sebelah. Suatu karya seni dikatakan seimbang manakala di semua bagian pada karya bebannya sama, sehingga pada gilirannya akan membawa rasa tenang dan enak dilihat (Asmorini:2013).

Dari segi matrik *house of quality* setelah diturunkan ke bagian yang lebih kecil dapat diketahui bagian dari persyaratan teknis yang harus diprioritaskan dan dari penjelasan diatas dapat disimpulkan peningkatan kualitas tas perca mitra *collection* berdasarkan kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

Tabel 2.
Rekomendasi Perbaikan Kualitas Tas Perca Mitra Collection

Suara Konsumen	Karakteristik Teknis	Komponen
Kesesuaian atribut produk	Meningkatkan standar kualitas	Kontroling pada setiap tahap produksi
	Menyesuaikan antar atribut	Standarisasi kualitas untuk masing-masing atribut produk.
Produk berbeda dengan yang lain	Meningkatkan standar kualitas	Pemilihan bahan baku
	Menyesuaikan antar atribut	Mengutamakan keseimbangan antar atribut
Jangka waktu penggunaan	Meningkatkan standar kualitas	Garansi produk
Jangka waktu penggunaan	Menyesuaikan antar atribut	Kontroling atau pengawasan dalam setiap proses produksi
Desain yang bagus	Menyesuaikan antar atribut	Kesesuaian atau keselarasan antar komponen

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai peningkatan kualitas produk kain perca dengan menggunakan metode quality function deployment (QFD) dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga prioritas keinginan konsumen untuk perbaikan kualitas tas perca mitra collection dari segi keinginan konsumen adalah keunikan produk menjadi point penting dalam pembelian, adanya nilai seni pada produk, nilai seni berasal dari kain perca batik, kombinasi warna perca yang menarik, dan kombinasi bentuk perca yang sesuai. Sedangkan tiga prioritas keinginan konsumen untuk perbaikan kualitas tas perca mitra collection dari segi kepuasan konsumen adalah kesesuaian atribut produk, produk berbeda dengan yang lain, jangka waktu penggunaan, dan desain yang bagus.
- Berdasarkan analisis house of quality diperoleh rancangan perbaikan kualitas tas perca mitra collection dari segi keinginan yang dapat dilakukan adalah keunikan produk menjadi point

penting dalam pembelian dilakukan dengan penggolongan warna, penggolongan ukuran perca dan bentuk perca, dan meningkatkan kreatifitas karyawan. Adanya nilai seni pada produk dilakukan dengan kesesuaian warna, menggunakan teknik jahit patchwork yang beragam, dan menjadikan tas perca sebagai media lukis. Kombinasi bentuk perca yang sesuai diwujudkan dengan memperhatikan degradasi warna, penempelan sesuai dengan pola, dan tidak adanya perca yang saling tumpang tindih. Berdasarkan analisis house of quality diperoleh rancangan perbaikan kualitas tas perca mitra collection dari segi kepuasan yang dapat dilakukan adalah menyesuaikan atribut produk diwujudkan dengan kontroling pada setiap tahap produksi dan standarisasi kualitas untuk masing-masing atribut produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Wijaya Tunggal. 2001. *Memahami konsep economic value added (EVA) dan value based management (VBM)*. Jakarta: Harvarindo.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asmorini, Septi. 2013. "Hasil Jadi Sajadah Dengan Menggunakan Teknik Patcwork Bagi Mahasiswa D3 Tata Busana Angkatan 2012 Melalui Pelatihan. *Journal*. Volume 02 Nomor 03 Tahun 2013, Edisi Yudisium Periode Agustus 2013.
- Bakar, Yusrizal,dkk. 2012."Peningkatan Kualitas Produk Dengan *Quality Function Deployment*". *Jurnal Teknik Industri – Universitas Bung Hatta*, Vol. 1 No. 2, Pp. 195-205, Desember 2012.
- Cohen, L. 1995. *Quality Function Deployment: How To Make QFD Work For You*. Addison Wesley.
- Cohen, L. 2005. *Quality Function Deployment. How to Make QFD Work for You*. Addition Wesley Publishing Company.
- Desfiandi, Andi. 2014. "Model Kombinasi Perilaku KeputusanKonsumen Untuk Membeli Motif Produk Industri Kerajinan(Studi Kasus Galeri Tapis Bandar Lampung)". *Proseding Seminar Bisnis & Teknologi ISSN : 2407-6171 SEMBISTEK 2014 IBI DARMAJAYA*.
- Deswindi, Leli. 2011."PeningkatanPengembangan Mutu Layanan Perpustakaan Dengan Metode *Quality Function Deployment (QFD)*". *Journal Of Industrial Engineering&Management Systems* Vol. 4 No. 1, Februari 2011.
- Diraga, Esaka dan Andi Sudiarso. 2013."Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Produk Kerajinan Perak Kotagede Menggunakan Metode*Quality FunctionDeployment (QFD)* dan*Fuzzy Quality Function Deployment (FQFD)*". *Seminar Nasional IENACO – 2013*.
- Dutka, Alan. 1994. *AMA Hand Book For Customer Satisfaction*. NTC BussinessBook. Lincolnwood. Illinois.
- Haigh, Janet. 2000. *Japanese Inspirations. Easy-to-makePatchwork and Applique Projects*. Singapore:Tuttle Publishing.
- Hamidin, A. 2012.*Seni Berkarya Dengan Kerajinan Kain Perca*. Yogyakarta: Pustaka Widyatama.