



Pengembangan Design Product Terhadap Kamsia Boba Dengan Menggunakan Metode Quality Function Of Deployment (QFD)

Gusti Putu Eka Kusuma

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma

E-mail: ekakusuma700@gmail.com

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima 17 Maret 2023

Disetujui 7 April 2023

Dipublikasikan 24 April 2023

Keywords:

Product design,

Franchise, Quality

Function of Deployment

(QFD) Method, House of

Quality (HOQ)

Abstract

This study aims to find out information about the wants and needs of Kamsia Boba Singaraja franchise consumers by using the Quality Function of Deployment (QFD) method and choosing alternative decisions for developing Kamsia Boba Singaraja products. This research was located at one of the Kamsia Boba stands located at Jl. Ahmad Yani No.53 Singaraja. Data collected using interview techniques, with data analysis techniques Qualitative Analysis of the Miles & Huberman model and Analysis used for the QFD model is the House of Quality (HOQ). The subjects of this research are Employees, Owners, and consumers of Kamsia Boba Singaraja. The results of this study indicate that Kamsia Boba's product design attributes are in accordance with the tastes and needs of consumers, among others in terms of taste, packaging, price, service and consumer satisfaction with these products. Consumer needs include, according to consumer tastes to taste variants, toppings, packaging that are spilling and spilling, competitive prices with similar products, appropriate price offerings, friendly service and the appearance of clean and neat sellers, fast service and satisfaction with product purchase decision. The result of making the House of Quality matrix is consumer priority. The final result after going through several stages in making the HOQ matrix is prioritization. The result of determining product priorities is product development in the appropriate price offer.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui informasi mengenai keinginan dan kebutuhan konsumen Kamsia Boba Singaraja dengan menggunakan metode Quality Function of Deployment (QFD) dan memilih alternatif keputusan untuk pengembangan produk Kamsia Boba Singaraja. Penelitian ini bertempat di salah satu stand Kamsia Bobayang berada di jl.Dewi Sartika No.1 Singaraja. Data yang dikumpulkan menggunakan tehknik wawancara, dengan tehknik analisis data Analisis Kualitatif model Miles & Huberman dan Analisis yang digunakan untuk model QFD adalah House of Quality (HOQ). Subjek penelitian ini adalah Karyawan, Owner, dan konsumen Kamsia BobaSingaraja. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atribut desain produk Kamsia Bobayang sesuai dengan selera dan kebutuhan konsumen antara lain dari segi rasa, kemasan, harga, pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap produk tersebut. kebutuhan konsumen diantaranya yaitu, kesesuaian selera konsumen terhadap varian rasa, topping, pengemasan yang menarik dan anti tumpah, harga yang bersaing dengan produk sejenis, penawaran harga yang sesuai, pelayanan yang ramah serta penampilan penjual yang bersih dan rapi, pelayanan yang cepat dan kepuasan atas keputusan pembelian produk. Hasil dari pembuatan matrik House of Quality adalah prioritas konsumen. Hasil akhir setelah melalui beberapa tahapan dalam pembuatan matrik HOQ adalah penentuan prioritas. Hasil dari penentuan prioritas produk adalah pengembangan produk dalam penawaran harga yang sesuai.

1. PENDAHULUAN

Banyak alternatif untuk membuka usaha salah satunya dengan jalan waralaba. Di Singaraja terdapat beberapa waralaba baru yang bermunculan dengan jenis yang sama dan harga yang bersaing. Kamsia Boba (Passion of Chocolate) merupakan salah satu jenis kekinian yang cukup banyak digemari dari berbagai kalangan konsumen. Kamsia Boba sendiri merupakan waralaba minuman ice blend yang sudah tersebar di seluruh wilayah Indonesia yang pusat produksinya berasal dari Surakarta. Kamsia Boba mulai ada di Singaraja sejak tahun 2020. Namun tingkat persaingan antar pelaku bisnis semakin meningkat seiring dengan kemunculan berbagai macam produk baru yang sejenis dengan mutu dan harga yang bersaing. Hal ini sangat berpengaruh terhadap pendapatan Kamsia Boba yang ada di Singaraja. Kamsia Boba perlu dikembangkan dengan melakukan inovasi dan mengembangkan desain produk sehingga tetap beredar di pasaran dan dapat menjaga kelangsungan hidup produk baru serta memberikan peningkatan volume penjualan bagi perusahaan.

Kebutuhan manusia menjadi dasar pemikiran atas diproduksinya suatu barang atau jasa (Arthajaya, 2017). Produk merupakan suatu solusi dalam pemenuhan kebutuhan. Pengembangan produk sangatlah penting dalam mencapai pertumbuhan dan kesuksesan semua perusahaan karena setiap perusahaan memiliki kesempatan untuk sukses dengan menciptakan produk baru atau beresiko gagal dalam bisnis.

Desain merupakan layanan profesional dalam menciptakan dan mengembangkan konsep dan spesifikasi yang mengoptimalkan fungsi, nilai dan tampilan produk dan sistem untuk saling menguntungkan antara pengguna dan produsen (Ulrich dan Eppinger, 2008).

Desain merupakan layanan yang berhubungan dengan pembuatan konsep, spesifikasi dan analisis data yang mengoptimalkan nilai dan fungsi produk untuk suatu proyek tertentu yang saling menguntungkan antara produsen dan konsumen. Proses desain bukan hanya mengutamakan bentuk dan fungsi dari produk akan tetapi bagaimana interaksi antara produk dengan pengguna (dalam hal penggunaan). Desain produk merupakan salah satu faktor paling penting dan sensitive bagi suatu perusahaan. Keberhasilan atau kegagalan produk menentukan bisnis, pangsa pasar, dan reputasi perusahaan. Desain produk yang baik biasanya didasarkan pada riset pasar. Dasar pemikiran sebuah produk dibuat adalah bertujuan untuk memberikan solusi dan manfaat bagi kebutuhan manusia. Inovasi dan pengembangan produk dalam desain produk akan menghasilkan suatu yang baru dan menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Sehingga membuat perusahaan menjadi pelopor dan bisa memenangkan persaingan dipasar.

Menurut Garvin dan Davis (2005) kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Selera atau harapan konsumen selalu berubah, sehingga kualitas produk maupun jasa juga harus disesuaikan. Dengan perubahan kualitas perubahan proses produksi dan tugas, serta perubahan lingkungan perusahaan agar produk atau jasa dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Quality Function of Deployment (QFD) merupakan suatu alat analisa untuk menjabarkan kebutuhan pelanggan, mengevaluasi produk atau jasa secara sistematis mengenai kemampuannya memenuhi kebutuhan

tersebut. Selain juga dapat membantu perusahaan untuk mengevaluasi kompetisi dari segi teknis maupun dari sudut pandang konsumen, sehingga dapat ditetapkan orientasi jangka panjang, memformalkan proses komunikasi serta institusionalisasi perbaikan terus-menerus.

Lou Cohen (2013) mendefinisikan QFD adalah metode terstruktur yang digunakan dalam proses perencanaan dan pengembangan produk untuk menetapkan spesifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mengevaluasi suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengembangan produk Kamsia Bobayang sesuai dengan keinginan konsumen dan untuk mengetahui pemilihan alternatif keputusan untuk pengembangan produk Kamsia Boba.

2. KAJIAN TEORI

A. Desain Produk

Desain produk adalah nilai yang terkandung dalam suatu produk dan berupa penampilan produk yang khas dan menarik serta menjadi pembeda dengan produk pesaing, dimana desain produk dapat menghasilkan daya pikat tersendiri yang menarik menurut (Pramono, 2012). Aspek desain dalam kegiatan pemasaran merupakan salah satu pembentuk daya tarik terhadap suatu produk. Desain dapat membentuk atau memberikan atribut pada suatu produk, sehingga dapat menjadi ciri khas pada merek suatu produk. Ciri khas dari suatu produk tersebut pada akhirnya akan dapat membedakannya dengan produk - produk sejenis merek lain dari pesaing.

B. Quality Function of Deployment (QFD)

Quality Function Deployment (QFD) adalah metode perencanaan dan pengembangan produk/jasa secara terstruktur yang memungkinkan tim pengembang mendefinisikan secara jelas kebutuhan dan harapan tersebut dan mengevaluasi kemampuan produk atau jasa secara sistematis untuk memenuhi kebutuhan dan harapan tersebut (Wahyu, 2003). Quality Function Deployment (QFD) adalah suatu proses atau mekanisme terstruktur untuk menentukan kebutuhan pelanggan dan menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan itu kedalam kebutuhan teknis yang relevan, dimana masing-masing area fungsional dan level organisasi dapat mengerti dan bertindak (Nasution, 2001). Titik awal (starting point) QFD adalah pelanggan serta keinginan dan kebutuhan dari pelanggan. Dalam QFD hal ini disebut “suara dari pelanggan” (voice of the customer). Pekerjaan dari tim QFD adalah mendengar suara dari pelanggan. Gaspersz (2001) menyatakan Proses QFD dimulai dengan suara pelanggan dan kemudian berlanjut melalui 4 aktivitas utama, yaitu :

- a. Perencanaan Produk (Product Planning).
Menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan pelanggan kedalam kebutuhan-kebutuhan teknik (technical requirement).
- b. Desain Produk (Product Design).
Menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan teknik kedalam karakteristik komponen.
- c. Perencanaan Proses (Process Planning).
Mengidentifikasi langkah – langkah proses dan parameter – parameter serta menerjemahkan kedalam karakteristik proses
- d. Perencanaan Pengendalian Proses (Process Planning Control).

Menetapkan atau menentukan metode –metode pengendalian untuk mengendalikan karakteristik proses.

Bagian telaah pustaka memuat teori utama yang digunakan dalam penelitian. Selain itu, telaah pustaka juga berisi tentang sintesis dari hasil-hasil dari penelitian sebelumnya yang digunakan dalam membangun hipotesis. Bagian ini juga harus memuat gambar kerangka penelitian.

Penerapan metode QFD pada Perencanaan Pengembangan produk yang menawarkan kualitas didasarkan pada keinginan konsumen. Alur penerapan metode QFD pada rencana pengembangan produk berdasar pada dimensi penjaminan kualitas yang digunakan sesuai dengan pendapat konsumen yang membutuhkan kualitas tersebut. Alur penerapan metode QFD pada Rencana Pengembangan Produk diawali kualitas pelayanan yang diinginkan konsumen ditimbulkan oleh kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap jenis pelayanan tertentu. Kualitas pelayanan timbul melalui pengalaman yang dimiliki oleh konsumen tentang pelayanan. Proses pelayanan tersebut akan dinilai konsumen melalui dimensi kualitas pelayanan. Dimensi kualitas pelayanan tersebut adalah wujud, keandalan, respon, jaminan dan empati. Dimensi kualitas pelayanan ini kemudian dimasukkan ke dalam matriks House of Quality (HOQ) untuk dianalisis. Melalui matriks House of Quality diperoleh informasi yang bias digunakan untuk mendesain, mendesain ulang dan perbaikan kualitas yang berkesinambungan.

3. METODE PENELITIAN

Informan penelitian terdiri dari dua informan yaitu informan utama dan informan pendukung. Informan utama berasal dari pemilik dan karyawan mitra Kamsia Boba yang berada di cabang Singaraja sedangkan informan pendukung berasal dari konsumen yang berjumlah 10 orang dalam penelitian ini.

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Kuantitatif, yaitu data yang dapat dihitung jumlahnya dan berupa angka-angka yang dapat dipakai dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh perusahaan yang akan diteliti antara lain seperti : Data perkembangan hasil penjualan. Data Kualitatif, yaitu data yang tidak berupa angka-angka seperti keterangan pembuatan desain produk, termasuk juga keterangan keadaan situasi penjualan Kamsia Boba sebagai data kualitatif penunjang. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari sumbernya yang nantinya dapat digunakan dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan seperti belum memiliki kualitas yang diterima pasar.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik wawancara yaitu peneliti langsung menemui pihak perusahaan dan mengajukan tanya jawab yang erat kaitannya dengan masalah yang diteliti dan teknik kuesioner yang diajukan kepada konsumen. Tanya jawab ini nantinya akan didapat data yang diperlukan. Seperti data hasil penjualan Kamsia Boba serta kualitas penyajian dan penilaian konsumen terhadap produk Kamsia Boba yang ada di cabang franchise yang ada di Singaraja.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

a. Atribut Pengembangan Desain Produk Waralaba Kamsia Boba Singaraja

Hasil penelitian ini terdapat beberapa tahap salah satunya merupakan hasil wawancara. Untuk mengetahui atribut pengembangan desain produk Kamsia Boba saat ini maka dilakukan analisis penggalian data kepada pemilik mitra Kamsia Boba yang berada di Singaraja tersebut. Usaha ini dikelola oleh Pak Mugianto yang berasal dari Kediri dan sudah lama menetap dan membuka usaha di Singaraja.

Rasa merupakan hal utama yang dicari konsumen untuk dikonsumsi. Rasa produk dari Kamsia Boba memiliki berbagai macam varian yang terus diupdate yang sesuai dengan selera konsumen. Berdasarkan hasil wawancara mengenai rasa dari produk yang dimiliki oleh Kamsia Boba, jawaban informan menyatakan bahwa : rasa dari setiap produk yang dimiliki oleh Kamsia Boba mengikuti perkembangan rasa yang ada, sehingga rasa Kamsia Boba bisa lebih bervariasi lagi dan menginginkan tambahan berbagai macam pilihan topping yang kekinian seperti tambahan topping Astor, ceres, marsmellow, dan berbagai macam topping parutan dengan berbagai macam rasa.

Kemasan merupakan suatu tampilan image dan pandangan terhadap suatu isi produk yang disampaikan kepada konsumen. Kemasan berfungsi untuk melindungi produk dari kerusakan dan resiko cacat yang dapat merugikan pembeli atau penjual. Perusahaan selalu berinovasi dalam mendesain penampilan kemasan yang agar dapat

menarik hati konsumen. Berdasarkan hasil wawancara mengenai kemasan Kamsia Boba informan menyatakan bahwa : mencoba mengusulkan kepada perusahaan untuk merekomendasikan kemasan cup yang anti tumpah dan mencoba menggunakan kemasan ramah lingkungan serta pas dan aman untuk dibawa konsumen.

Harga merupakan salah satu dari bagian atribut utama dalam suatu produk. Untuk menetapkan suatu harga, perusahaan harus memiliki wawasan mengenai kondisi produk, kondisi pasar, kemampuan daya beli konsumen, daya saing pasar, beserta pertimbangan mengenai harga bahan baku dan pertimbangan yang lainnya. Begitu juga para mitra dari franchise harus mempertimbangkan harga daya saing pasar yang ada disekitar. Berdasarkan hasil wawancara mengenai harga Kamsia Boba informan menyatakan bahwa : Menawarkan harga yang standar dan sangat terjangkau bagi semua kalangan konsumen, dan penetapan harga sebaiknya berdasarkan harga bahan baku beserta biaya pengiriman bahan dan daya saing pasar.

Pelayanan dalam dunia Franchise biasanya diberikan pelatihan secara berkala pada franchisee nya agar disaat usaha tersebut dijalankan oleh mitra pelayanan yang diberikan selalu berpatokan dengan standar yang ditetapkan oleh pusat, hal ini akan menjadi perbandingan bagi pelanggan dengan usaha yang sejenis.. Berdasarkan hasil wawancara mengenai pelayanan Kamsia Boba informan menyatakan bahwa: Untuk selalu memberikan briefing rutin kepada karyawan sebelum membuka toko terutama pada karyawan baru mengenai pelayanan terhadap konsumen agar selalu menjaga atau

memberikan pelayanan sesuai Standar Operasional Prosedur (SOP) franchise Kamsia Boba dan berusaha mengutamakan kepentingan konsumen. Selain itu memberikan pelatihan berkala terkait pelayanan juga sangat perlu di lakukan oleh perusahaan, guna menjaga kualitas pelayanan.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang mesti di capai oleh setiap perusahaan guna menciptakan pelanggan yang loyal serta dapat memberikan kelangsungan bagi usaha itu sendiri. Berdasarkan hasil wawancara mengenai pelayanan Kamsia Boba informan menyatakan bahwa : Menjaga kualitas produk serta kekonsistenan di dalam cita rasa dan memberikan pelayanan yang ramah dan sopan.

b. Penerapan Pengembangan Desain Produk Waralaba Kamsia Boba Singaraja dengan Metode Quality Function of Deployment (QFD)

Berdasarkan hasil data kuesioner yang disebar dengan informan konsumen KAMSIA BOBA Mitra Singaraja didapat data informan untuk digunakan dalam pengisian Matrik House Of Quality. Matrik HOQ yang dinilai adalah untuk mengetahui tingkat hubungan antara (Whats) dan (How) dimana penentuan hubungan ini dilalui dengan proses dan hasil akhirnya adalah matrik rumah kualitas atau House Of Quality. Pembuatan kebutuhan konsumen didapat dari hasil pengamatan terlebih dahulu serta wawancara tim pelaksana, untuk melihat dan menentukan prioritas yang dibutuhkan. Penyusunan matrik tersebut adalah sebagai berikut:

1) Menentukan kebutuhan Konsumen (*whats*).

Berdasarkan hasil wawancara

dengan tim pelaksana, rekayasa kebutuhan konsumen yaitu: Kesesuaian selera konsumen terhadap varian rasa, Topping, Pengemasan yang menarik dan anti tumpah, Harga yang bersaing dengan produk sejenis, Penawaran harga yang sesuai, Pelayanan yang ramah serta penampilan penjual yang bersih dan rapi, Pelayanan yang cepat dan Kepuasan atas keputusan pembelian produk.

2) Membuat Daftar Rekayasa Teknis (*hows*).

Daftar rekayasa teknis merupakan jawaban dari unit usaha terhadap keinginan konsumen, diantaranya: Selalu update rasa Kamsia Boba dari pusat, Tambahan varian topping, Kemasan kantong plastik yang menarik dan anti tumpah, Harga yang bersaing dengan produk sejenis, Penawaran harga yang sesuai, Pelayanan yang ramah serta penampilan penjual yang bersih dan rapi, Pelayanan yang cepat serta Kepuasan atas pembelian produk.

3) Tingkat Kepentingan Konsumen (*importance of customer*).

Didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen. Berikut merupakan rata-rata dari penyebaran angket : Kesesuaian selera konsumen terhadap varian rasa (4,8) , Topping (4,7) , Pengemasan yang menarik dan anti tumpah (4,8) , Harga yang bersaing dengan produk sejenis (4,8) , Penawaran harga yang sesuai (4,7) , Pelayanan yang ramah serta penampilan penjual yang bersih dan rapi (4,9) , Pelayanan yang cepat (4,7) dan Kepuasan atas keputusan pembelian produk (4,9).

4) Penentuan Tingkat Kepuasan Konsumen (*Current Satisfaction Performance*).

Merupakan hasil dari penyebaran

angket dengan tingkat kepuasan konsumen, dengan nilai rata – rata yaitu : Kesesuaian selera konsumen terhadap varian rasa (3,6), Topping (3,3), Pengemasan yang menarik dan anti tumpah (3,7), Harga yang bersaing dengan produk sejenis (3,6), Penawaran harga yang sesuai (4), Pelayanan yang ramah serta penampilan penjual yang bersih dan rapi (3,6), Pelayanan yang cepat(3,5) dan Kepuasan atas keputusan pembelian produk (3,5).

5) Penentuan Nilai Target (goal).

Di dalam penentuan goal skala penilaian mengacu pada nilai Importance to Customer. Skala penilaian goal ditunjukkan pada hasil dengan nilai goal tertinggi yaitu dengan nilai 4 .

6) Rasio Perbaikan (*improvement ratio*).

Improvement Ratio merupakan hasil bagi antara nilai Goal dengan nilai Current Satisfaction Performance. Berikut merupakan hasil dari nilai Improvement rasio, yaitu : Kesesuaian selera konsumen terhadap varian rasa (1,11), Topping (1,21), Pengemasan yang menarik dan anti tumpah (1,08), Harga yang bersaing dengan produk sejenis (1,11), Penawaran harga yang sesuai (1), Pelayanan yang ramah serta penampilan penjual yang bersih dan rapi (1,11), Pelayanan yang cepat(1,14) dan Kepuasan atas keputusan pembelian produk (1,14).

7) Penentuan Titik Jual (*sales point*).

Hasil wawancara dengan pihak tim pelaksana, telah ditentukan besar titik jual sesuai dengan kebutuhan konsumen saat ini yaitu: kesesuaian selera konsumen terhadap varian rasa, topping, pengemasan yang menarik dan anti tumpah, harga yang terjangkau, penawaran harga yang sesuai, pelayanan yang ramah

serta penampilan penjual yang bersih dan rapi, pelayanan yang cepat dan kepuasan atas keputusan pembelian dengan nilai masing – masing 1,5.

8) Raw Weight dan Normalized Raw Weight.

Besarnya Raw weight dihitung dengan rumus : Raw weight = (importance to customer). (Improvement Ratio). (sales point) dan Normalized raw weight = Raw weight : Σ raw weight.

9) Penentuan Hubungan antara Kebutuhan Konsumen (Whats) dan Respon Unit Usaha (hows). Penentuan nilai hubungan antara konsumen dan kemampuan unit usaha untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

10) Penentuan Prioritas, dapat dihitung dengan rumus : contribution = Σ numerical Value . Numerical Raw weight.

B. Pembahasan

Deskripsi data dan hasil analisis di setiap komponen metode QFD yang berkaitan dengan atribut desain produk waralaba Kamsia Boba yang sesuai dengan selera konsumen antara lain dari segi rasa, kemasan, harga, pelayanan, dan kepuasan konsumen terhadap produk tersebut.

Menurut Brutou dan Margaret (2006) desain produk merupakan pengembangan produk (barang) yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Sedangkan menurut Kotler dan Kellerr (2009) berpendapat bahwa desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Dari definisi diatas peneliti sampai pada pemahaman bahwa desain produk merupakan suatu rancangan atau pengembangan terhadap produk yang mempengaruhi, rasa, tampilan, kemasan

produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga menjadi daya tarik baru untuk membuat konsumen sampai pada tahap pembelian.

Rasa pada produk Kamsia Boba terus berkembang dengan memproduksi rasa baru yang sesuai dengan keinginan konsumen dan terus membuat variasi baru dengan menambahkan berbagai macam pilihan topping. Perusahaan pusat memproduksi rasa baru dan memberitahukan pada para mitra waralaba yang tersebar di seluruh wilayah, dan keputusan untuk penambahan rasa baru tersebut kembali kepada mitra waralaba itu sendiri. Perusahaan juga menjual beberapa topping baru beserta alat yang digunakan untuk membuat topping tersebut, seperti whitefrappe, dan beberapa jenis topping lain.

Perusahaan pusat Kamsia Boba juga membuat kemasan bahan baku bubuk yang aman dan higienis dengan packaging sesuai standar nasional dan lebih praktis dalam pembuatannya. Pada kemasan cup selalu up to date dalam segi desain cup maupun kemasan tutup agar anti tumpah. Untuk kemasan kantong plastik menggunakan kantong plastik yang sesuai dengan ukuran cup agar terhindar dari kelonggaran dalam kantong plastik sehingga mengakibatkan posisi cup miring dan berujung tumpah. Begitu juga kemasan dalam ukuran cup jika pembelian lebih dari 1.

Perusahaan Kamsia Boba memberikan harga bahan baku yang sesuai dengan kualitas bahan dan biaya pengiriman yang ditanggung para mitra dalam pembelian bahan baku. Penentuan harga tergantung ada mitra. Kamsia Boba Singaraja memberikan harga yang sesuai dengan pertimbangan harga bahan baku dan biaya pengiriman. Harga Kamsia Boba disesuaikan dengan daya saing pasar dan menawarkan harga yang

terjangkau agar dapat dijangkau oleh semua kalangan konsumen.

Pelayanan menjadi salah satu pertimbangan seorang konsumen untuk memilih salah satu toko yang menjual produk yang diinginkannya. Dalam hal pelayanan, Kamsia Boba memiliki standar operasional pelayanan yang biasa disebut SOP. Perusahaan Kamsia Boba sangat menjaga kualitas pelayanan karena hal ini berdampak pada citra perusahaan. Jika perusahaan mendapat nilai positif dimata konsumen maka konsumen akan memberikan feedback yang baik juga dan mungkin bisa juga menjadi pelanggan tetap. Kamsia Boba Singaraja terus berinovasi serta selalu meningkatkan kualitas pelayanan dan berusaha untuk mengutamakan kepentingan konsumen.

Kepuasan pelanggan juga merupakan hal yang perlu diperhitungkan dalam dunia usaha. Kepuasan pelanggan merupakan ujung dari strategi pemasaran. Kepuasan pelanggan sangat di jaga oleh perusahaan Kamsia Boba dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, seperti pelayanan yang ramah, sopan, dan menjaga kualitas produk sesuai dengan keinginan konsumen agar pelanggan merasa puas atas pembelian produk Kamsia Boba tersebut.

Dalam penerapan metode QFD, konsumen memiliki peran penting karena metode ini berdasarkan pada suara konsumen. Jika Kamsia Boba mampu menerjemahkan keinginan konsumen maka hal ini dapat memberikan keuntungan tersendiri bagi unit usaha. Produk yang ditawarkan oleh unit usaha akan tepat guna dan tepat sasaran sesuai dengan yang diinginkan konsumen yang akan menghasilkan income bagi perusahaan Kamsia Boba Singaraja. Berdasarkan angket dengan owner Kamsia Boba dan tim pelaksana

terlihat bahwa komponen – komponen pelaksana metode QFD sudah terlaksana dengan baik karena banyak informan yang menyatakan puas atas pelayanan yang diberikan Kamsia Boba Singaraja.

Pembahasan mengenai matrik House of Quality yang pertama adalah penentuan tingkat kepentingan konsumen dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana konsumen memberikan penilaian dari beberapa kebutuhan konsumen. Kebutuhan konsumen Kamsia Boba yang dianggap sangat penting yaitu: Pelayanan yang ramah serta penampilan penjual yang bersih dan rapi, Kepuasan atas keputusan pembelian produk, Kesesuaian selera konsumen terhadap varian rasa, Pengemasan yang menarik dan anti tumpah, Harga yang bersaing dengan produk sejenis, Topping, Penawaran harga yang sesuai, dan Pelayanan yang cepat.

Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Kamsia Boba Singaraja dimaksudkan untuk mengukur dan mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen yang dirasakan. Penilaian informan untuk tiap kebutuhan konsumen yang dinilai sangat puas terhadap produk Kamsia Boba yaitu : Penawaran harga yang sesuai, Pengemasan yang menarik dan anti tumpah, Kesesuaian selera konsumen terhadap varian rasa, Harga yang bersaing dengan produk sejenis, Pelayanan yang ramah serta penampilan penjual yang bersih dan rapi, Pelayanan yang cepat, Kepuasan atas keputusan pembelian produk dan Topping.

Penentuan prioritas menunjukkan prioritas utama yang harus dikembangkan dari kepentingan teknik yang disusun berdasarkan kebutuhan konsumen. Berdasarkan hasil perhitungan prioritas konsumen, ada beberapa kepentingan teknik yang dijadikan prioritas utama dalam

pengembangan produk, yaitu: Penawaran harga yang sesuai. Menurut Kotler dan Amstrong (2016) dalam variabel harga ada 4 indikator yang mencirikan harga, yaitu : keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat dan harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing pasar. Bentuk tindak lanjut perusahaan dalam hal ini adalah Menetapkan harga berdasarkan harga bahan baku, biaya pengiriman serta harga daya saing pasar dan menawarkan harga yang terjangkau bagi semua kalangan.

5. PENUTUP

Simpulan dari penelitian ini bahwa desain perkembangan produk iceblend Kamsia Boba yang sesuai dengan keinginan konsumen adalah memperhatikan lima macam atribut produk, yaitu: dari segi rasa, kemasan, harga, pelayanan dan kepuasan pelanggan. Kebutuhan konsumen diantaranya kesesuaian selera konsumen terhadap varian rasa, topping, pengemasan yang menarik dan anti tumpah, Penawaran harga yang sesuai, harga yang bersaing dengan produk sejenis, pelayanan yang ramah serta penampilan penjual yang bersih dan rapi, pelayanan yang cepat dan kepuasan atas keputusan pembelian produk.

Dari matrik House of Quality (HOQ) menunjukkan prioritas kepentingan konsumen. Prioritas kepentingan teknik pada waralaba Kamsia Boba yang harus diperhatikan dan ditingkatkan kualitasnya karena memiliki kontribusi terbesar yaitu, penawaran harga yang sesuai, topping, pelayanan yang ramah serta penampilan penjual yang bersih dan rapi, kepuasan atas keputusan pembelian produk, kesesuaian selera konsumen terhadap varian rasa, pengemasan yang menarik dan anti tumpah, harga yang bersaing

dengan produk sejenis dan pelayanan yang cepat.

6. DAFTAR RUJUKAN

Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2016. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kusumawardhani, Arianti., Nurdin, Shadfiq. (2018). Implementasi Metode Quality Function Deployment (QFD) dalam Menganalisis Kualitas Pelayanan pada Bengkel Politeknik. *Engineering and Sains Journal*. <https://ejournal.umaha.ac.id/index.php/teknika/article/view/240>. (25 Agustus 2022)

Lukmanasari, Ditahestimey, Riandadari Dyah. (2019). Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Bengkel Dengan Metode QFD (Quality Function Deployment) Di PT. Citra Cakra Persada Honda Jemurasari. *Jurnal Pendidikan Teknik Mesin*. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-pendidikan-teknik-mesin/article/view/27208>. (18 Agustus 2022).

Mediasari, dkk. 2015. Usulan Desain Produk Sepatu Pantofel Wanita dengan Pendekatan Quality Function Development (QFD) di CV. Madas. Bandung: Jurnal, Universitas Islam Bandung.

Sudaryono. 2017. Metodologi Penelitian. Jakarta: PT Raja Grafindo