



**PENERAPAN *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD)
DALAM UPAYA PENINGKATAN KUALITAS PRODUK PADA
RESTORAN SWIWINGS BANYUWANGI**

*APPLICATION OF QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) IN EFFORTS
TO IMPROVE PRODUCT QUALITY IN BANYUWANGI SWIWINGS
RESTAURANT*

Skripsi

Disusun Oleh :

Dwi Rizki Astiningrum

NIM 160810201020

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER**

2020

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Industri pangan di Indonesia semakin berkembang seiring berjalannya waktu, baik persaingan industri kecil, menengah, dan ataupun besar guna untuk memenuhi kebutuhan domestik maupun orientasi pasar ekspor. Tuntutan menghadapi pasar bebas tersebut menjadi alasan penting bagi industri pangan di Indonesia untuk semakin meningkatkan mutu dan jaminan keamanan akan produk olahannya.

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil ayam terbanyak di dunia. Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh BPS (Badan Pusat Statistik), produksi ayam di Indonesia selalu naik tiap tahunnya. Berikut adalah tabel data produksi ayam di Indonesia dari tahun 2009 hingga 2018.

Tabel 1.1 Data Produksi Ayam Tahun 2009 - 2018

Tahun	Produksi Ayam (ton)
2009	1.101.765,50
2010	1.214.338,96
2011	1.337.909,00
2012	1.400.468,00
2013	1.497.876,00
2014	1.544.378,00
2015	1.628.307,00
2016	1.905.497,00
2017	2.046.794,00
2018	2.144.013,00

Sumber : Moneysmart 2019

Salah satu daerah yang memiliki tingkat permintaan akan pengolahan dan produksi ayam di Indonesia adalah Kabupaten Banyuwangi. Sebagian besar daerah di Banyuwangi banyak berdiri rumah makan (restaurant) yang menggunakan bahan baku ayam. Semakin berkembangnya kebutuhan produksi akan ayam tersebut, maka menuntut para pengusaha rumah makan yang ada di Banyuwangi melakukan ide – ide baru agar konsumen tersebut tidak bosan dalam mengonsumsi ayam.

Kualitas produk perlu terus dilakukan dalam menghasilkan produk yang dinikmati oleh masyarakat termasuk di kalangan remaja seperti pelajar dan mahasiswa ataupun mahasiswi. Peningkatan kualitas dapat dilakukan dengan mengetahui keinginan kosumen. Seperti definisi kualitas yaitu sesuatu yang memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of costumer*) (Vincent, Gasperz, 2007:2). Spesifikasi produk perlu disesuaikan dengan keinginan dan kebuthan konsumen. Kualitas sendiri merupakan kondisi yang terus berubah artinya kualitas produk saat ini yang berkualitas bisa saja dianggap kurang berkualitas dimasa yang akan datang. Oleh karna itu, peningkatan kualitas hendak harus terus dilakukan guna untuk meningkatkan kualitas suatu produk agar konsumen tetap tertarik. Beberapa studi menyebutkan bahwa proyek pengembangan produk yang didasarkan keinginan konsumen umumnya lebih berhasil dibandingkan dengan teknologi baru. (Gonzalez *et al.*, 2004).

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Didiek Tri Kurniawan (2014), dari hasil penelitian tentang Penerapan *Quality Function Deployment* Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Produk Suwar – suwir UD Primadona Jember dapat disimpulkan bahwa adapun beberapa atribut produk suwar – suwir UD Primadona berdasarkan suara konsumen (*Voice of Customer*) adalah warna, rasa, tekstur, ukuran, aroma, daya tahan/keawetan, bentuk, kebersihan, pembungkus isi, jenis kemasan bentuk kemasan, warna dasar kemasan, perpaduan tiap warna dalam kemasan, layout kemasan, tipografi desain kemasan, citra kemasan, harga, kemudahan mendapatkan produk, dampak bagi kesehatan, dan informasi mengenai produk. Terdapat pula penelitian yang dilakukan oleh Erkarlan dkk (2011) pada industri produksi wastafel keramik yang menjadi atribut produk kebutuhan konsumen paling tinggi adalah penopang yang mendukung harus menjaga kecerahannya. Kemudian penelitian dari Hepi Risenasari (2009) penelitian ini adalah untuk memperbaiki kualitas layanannya. Restoran Pringjajar harus memperbaiki rasa yang khas yaitu dengan cara memperbaiki proses suplai bahan baku, penyimpanan bahan baku, preparasi, dan pemasakan selanjutnya adalah kenyamanan. Penelitian kali ini dilakukan pada restoran Swiwings yang merupakan salah satu restoran yang cukup lama berdiri

di kabupaten Banyuwangi. Restoran Swiwings merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang kuliner yang berlokasi di Jl. Kepiting Ruko Kav. 6 (dekat Seafood Sobo, Banyuwangi kota) Banyuwangi Jawa Timur. Swiwings di ambil dari bahasa jawa yang berarti “sayap”, karena restoran ini menyajikan menu utama yang berbahan dasar dari sayap ayam yang disajikan dengan berbagai macam varian saus. Restoran Swiwings sendiri mempunyai beberapa *outlet* di Jawa Timur yaitu Jember, Malang, Kediri, Probolinggo, dan yang terakhir di kota Banyuwangi. Swiwings sendiri menjadi terobosan baru bagi peluang bisnis yang ada di Banyuwangi. Restoran yang menggunakan bahan dasar sayap ayam ini cukup disukai oleh masyarakat dan menjadi salah satu bahan dasar yang bernilai ekonomi tinggi. Restoran Swiwings baru dikenal oleh masyarakat kurang lebih tiga tahun yang lalu dan sekarang sudah mulai dikenal oleh banyak orang sebagai salah satu restoran ayam yang cukup populer di kalangan masyarakat khususnya di kalangan remaja.

Tentunya Restoran Swiwings Banyuwangi tidak terlepas dari proses produksi untuk menghasilkan produk yang banyak diminati oleh warga Banyuwangi terutama pada kalangan remaja. Namun, berdasarkan hasil wawancara oleh salah satu *owner* (pemilik) di Swiwings ini mengatakan bahwa pada restoran Swiwings Banyuwangi ini terdapat beberapa masalah yaitu ketidakkonsistenan tekstur dan rasa dalam pembuatan saus. Dimana pada tahap pencampuran komposisi saus oleh karyawan tidak sesuai dengan *Standar Operasional Procedur* (SOP). Karyawan seringkali kurang teliti pada proses pencampuran saus sehingga menyebabkan tekstur dan rasa pada saus berubah – ubah. Hal seperti ini seringkali terjadi dan pihak restaurant kerap mendapat kritik dari pelanggan. Peristiwa seperti ini perlu menjadi perhatian karena sering terjadi kesalahan dalam proses pembuatan saus, jika terus terulang maka tingkat kepuasan pelanggan terhadap performansi restoran Swiwings Banyuwangi kurang sesuai yang diharapkan. Permintaan pelanggan akan tingginya produksi ayam di restoran Swiwings Banyuwangi membuat supplier tidak dapat memenuhi permintaan perusahaan, terlebih lagi akan permintaan perusahaan yang menginginkan ukuran dari sayap ayam tersebut disamaratakan. Oleh karena itu perusahaan mencari solusi dengan

cara menambah stok sayap ayam dari pasar local. Menurut *review* dari *google review* yang terdapat pada laman google, terdapat beberapa pelanggan yang memberikan ulasan kurang baik mengenai produk yang terdapat pada Swiwings Banyuwangi ini. Untuk mengatasi terjadinya hal – hal yang tidak diinginkan tersebut maka pihak restoran perlu melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan sendiri bertujuan untuk mengetahui seberapa puas pelanggan terhadap performansi yang ada di restoran swiwings.

Saat ini terdapat beberapa restaurant seperti Swiwings yang di Banyuwangi yang menggunakan bahan dasar ayam. Munculnya berbagai restoran tersebut menuntut restaurant menghasilkan produk dengan inovasi dan kualitas yang tidak kalah dengan restoran lain. Beberapa nama restoran di Banyuwangi yang penyajiannya menggunakan bahan dasar ayam adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2 Daftar nama restaurant di Banyuwangi yang menggunakan bahan dasar ayam.

No	Nama Restaurant	Alamat Restaurant
1.	KFC (<i>Kentucky Friend Chicken</i>)	JL. A. Yani No. 21 – 23, Penganjuran, Kec. Banyuwangi, Kab. Banyuwangi Jawa Timur
2.	CFC (<i>California Fried Chicken</i>)	Lingkungan. Tj., Klatak, Kec. Kalipuro, Kab. Banyuwangi Jawa Timur.
3.	C'bezt	JL. Kapten pierre Tendean No. 34, Karangrejo, Kec. Banyuwangi, Kab. Banyuwangi Jawa Timur.
4.	Geprek Benu	JL. Adi Sucipto No. 104A, Sobo Banyuwangi, Kab. Banyuwangi Jawa Timur.
5.	Hisana Fried Chicken	JL. KH. Wahid Hasyim (Depan SMA 1 Genteng) Genteng Banyuwangi, Kab. Banyuwangi Jawa Timur.

Sumber : Hobimakan.Banyuwangi 2019

Dari data diatas menunjukkan bahwa, semakin banyak restoran yang memproduksi menggunakan bahan dasar ayam, maka setiap produsen harus melakukan inovasi dan pengembangan yang lebih baik lagi.

Metode *Quality Function Deployment* (QFD) adalah salah satu metode yang dapat mengukur seberapa tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk yang disajikan. *Quality Function Deployment* (QFD) memiliki beberapa kelebihan yaitu mampu menetapkan dan menyesuaikan kebutuhan serta keinginan konsumen secara sistematis terhadap suatu produk atau jasa. Konsep ini pertama kali diperkenalkan di Jepang yang sangat efektif untuk mengungkapkan apa yang menjadi keinginan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Melihat fenomena yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian yang berkaitan tentang analisis peningkatan kualitas produk Swiwings Banyuwangi dengan menerapkan metode *Quality Function Deployment* (QFD) untuk mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan para konsumen di Swiwings Banyuwangi ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan latar belakang tersebut, maka perumusan masalahnya adalah “Bagaimana penerapan *Quality Function Deployment* (QFD) dalam upaya meningkatkan kualitas pada produk Swiwings yang lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian ini adalah “Untuk menerapkan metode *Quality Function Deployment* (QFD) dalam upaya meningkatkan kualitas produk pada swiwings yang lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan”.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada berbagai pihak, antara lain sebagai berikut :

a. Bagi akademisi

Dapat memberikan wawasan kepada akademisi dan pengembang ilmu manajemen utamanya manajemen operasi tentang bagaimana meningkatkan kualitas produk dengan pendekatan *Quality Function Deployment*.

b. Bagi peneliti Selanjutnya

Sebagai informasi dan referensi untuk peneliti berikutnya mengenai kualitas produk dari tahun ke tahun sehingga dapat memberikan peningkatan produksi.

c. Bagi perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan yang lebih baik dan bermanfaat bagi perusahaan, utamanya terkait dengan upaya meningkatkan kualitas produk sebagai bahan dan informasi dalam kualitas produk.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Produk

Menurut Agus Ahyar (2002:7) produk merupakan hasil dari kegiatan produksi yang berwujud barang. Di dalam hal ini perlu kiranya untuk diketahui bahwa terdapat perbedaan antara produk dan jasa, walaupun keduanya adalah hasil dari kegiatan produksi.

Apabila suatu perusahaan melaksanakan penelitian produk, terdapat kemungkinan bahwa hasil penelitian yang dilaksanakan tersebut menunjukkan produk yang disenangi oleh para konsumen terdiri dari beberapa macam produk. Di dalam hal ini perusahaan akan mempunyai keterbatasan untuk memproduksi semua produk yang disenangi oleh para konsumen tersebut, sehingga perusahaan yang bersangkutan akan dihadapkan kepada pemilihan produk apa saja yang direncanakan dapat diproduksi oleh perusahaan yang bersangkutan.

2.1.2 Definisi Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2008), kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas merupakan suatu produk dan jasa yang melalui beberapa tahapan proses dengan memperhitungkan nilai suatu produk dan jasa tanpa adanya kekurangan sedikitpun nilai suatu produk dan jasa, dan menghasilkan produk dan jasa sesuai dengan harapan tinggi dari pelanggan.

Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Pemasar yang

tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung tidak loyalnya konsumen sehingga penjualan produknya pun akan cenderung menurun.

Konsumen senantiasa melakukan penilaian terhadap kinerja suatu produk, hal ini dapat dilihat dari kemampuan produk menciptakan kualitas produk dengan segala spesifikasinya sehingga dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Berdasarkan bahasan di atas dapat dikatakan bahwa kualitas yang diberikan suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Untuk produk, menurut Tjiptono (2008), dimensi kualitas produk meliputi :

- 1) *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
- 2) *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk.
- 3) *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.
- 4) *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
- 5) *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
- 6) *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk.
- 7) *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 atau produk yang bersangkutan.

- 8) *Serviceability*, meliputi kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi dan keramahan staf layanan.

2.1.3 *Quality Function Deployment (QFD)*

Metode *Quality Function Deployment (QFD)* ini dipelopori oleh seorang tokoh bernama Yoji Akao di Jepang yang berprofesi sebagai *Professor of Management Engineering* di *Tamagawa University*. Metode ini pertama kali di terapkan pada salah satu perusahaan otomotif yaitu perusahaan Mitsubishi di Kobe Shipyard dan dikembangkan lebih lanjut oleh perusahaan lain pada tahun-tahun selanjutnya.

Menurut Heizer dan Render (2009:248) *Quality Function Deployment* berkaitan dengan (1) menetapkan apa yang akan memuaskan pelanggan dan (2) menerjemahkan keinginan pelanggan pada desain yang dijadikan sasaran. QFD digunakan diawal proses desain untuk membantu menetapkan apa yang dapat memuaskan pelanggan dan bagaimana upaya – upaya kualitas perlu disebarkan.

QFD didefinisikan sebagai suatu proses atau mekanisme terstruktur untuk menentukan kebutuhan pelanggan dan menerjemahkan kebutuhan – kebutuhan itu ke dalam kebutuhan teknis yang relevan, dimana masing – masing area fungsional dan tingkat organisasi dapat mengerti dan bertindak. Ia mencakup juga pemantauan dan pengendalian yang tepat dari proses manufacturing menuju sasaran (Gasperz, 2007).

Menurut Fandy Tjiptono (2008:113-114) QFD merupakan praktek untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. QFD menterjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan oleh organisasi. QFD memungkinkan organisasi untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan tersebut dan memperbaiki proses hingga tercapainya efektifitas maksimum. QFD juga merupakan praktik menuju perbaikan proses yang dapat memungkinkan organisasi untuk melampaui harapan pelanggan.

- a. Ada tiga tujuan utama dalam merepkan QFD adalah :
 - 1) Memprioritaskan keinginan dan kebutuhnpelanggan secara lisan dan tidak lisan.
 - 2) Meneterjemahkan kebutuhan ke dalam karakteristik teknis dan spesifikasi.
 - 3) Mebangun dan memberikan kualitas produk atau layanan dengan memfokuskan setiap kepuasan pelanggan.

- b. Ada manfaat utama yang diperoleh perusahaan bila menggunakan metode QFD, yaitu :
 - 1) Mengurangi Biaya : Hal ini dapat terjadi karena produk yang dihasilkan benar benar sesuai dengan kebutuhan konsumen da harapan konsumen sehingga tidak ada pengulangan pekerjaan dan pembuangan bahan baku yng tidak sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan oleh konsumen. Pengurangan biasa dpat dicapai denga pengurangan biaya pembelian bahan baku, biaya overhead atau pengurangan upah dan penyerderhanaan 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 : QFD akan membuat tim pengembangan produk atau jasa untuk memfokuskan pada program pengembangan kebutuhan dan harapan kosumen (Ariani, 2002).

- c. Manfaat lain yang diperoleh dari penerapan QFD ini uga meliputi :
 - 1) Fokus pada pelanggan (*Costumer focused*) yaitu mendapatkan input dan umpan balik dari pelanggan mengenai kebutuhan dan harapan pelanggan.
 - 2) Efisiensi waktu (*Time Efficient*), denga menerapkan QFD maka program pengembangan akan memfokuskan pada harapan dan kebutuhan peggan.
 - 3) Orientasi kerjasama (*Cooperations Oriented*), QFD menggunakan pendekatan yang berorientasi pada kelompok. Semua keputusan didasarkan pada konsesnsus dan keterlibatan semua orang dalam diskusi dan pengambilan keputusan.

- 4) Orientasi pada dokumentasi (*Documentation Oriented*), QFD menggunakan data dan dokumentasi yang berisi proses menyeluruh kebutuhan dan harapan pelanggan. Data dan dokumentasi ini digunakan sebagai informasi mengenai kebutuhan dan harapan pelanggan yang selalu diperbaiki dari waktu ke waktu.

2.1.4 *House Of Quality (HOQ)*

Rumah kualitas atau *house of quality* merupakan matriks yang berguna dalam mengkonversi *voice of customer* dengan usaha yang akan dilakukan untuk memenuhi keinginan konsumen tersebut. Kemudian, hasil matriks tersebut dikumpulkan, diinterpretasikan, di dokumentasikan, serta dianalisis prioritas kebutuhan para konsumen. Dalam *house of quality* terdapat 2 bagian, yang pertama adalah bagian horizontal dari matriks yang biasa disebut *customer table*. Bagian ini berisi informasi yang berhubungan dengan konsumen. Sedangkan bagian kedua adalah *technical table* yang berisi informasi teknis sebagai respon bagi *input* konsumen.

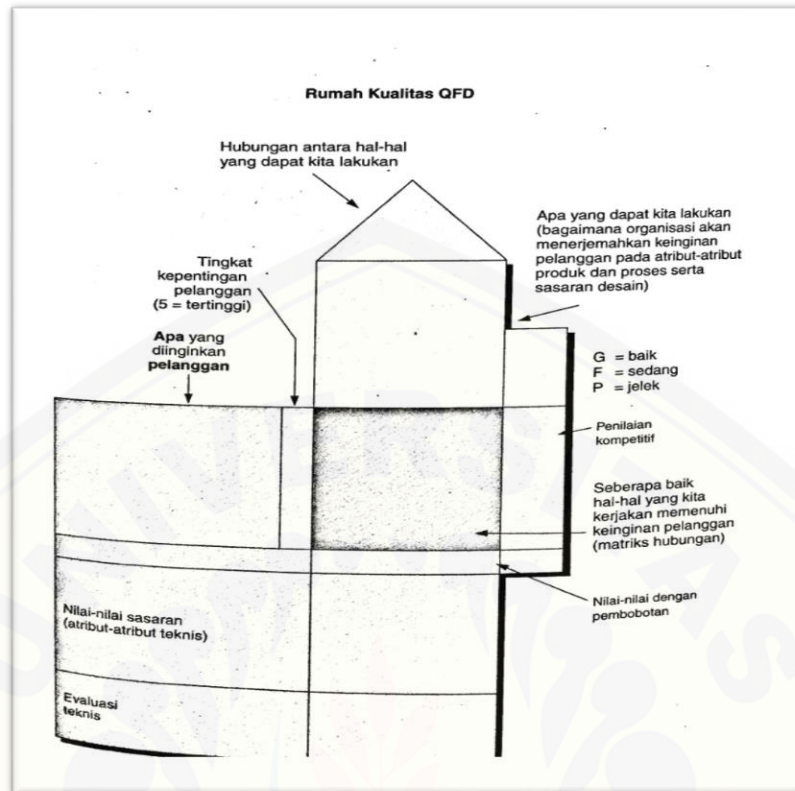
Menurut Heizer dan Render (2009:248), *House of Quality* adalah teknik grafis untuk menjelaskan hubungan antara keinginan pelanggan dan produk (atau jasa). Hanya dengan menetapkan hubungan, manajer operasi dapat membangun produk dan proses dengan keistimewaan yang diinginkan pelanggan. Dalam proses pembuatan *House of Quality*, dibutuhkan tujuh tahapan yakni:

1. *Identify customer wants* : Kenali keinginan pelanggan. (Apa yang diinginkan pelanggan dalam produk ini?)
2. *Identify how the goods/services will satisfy customer wants* : Kenali bagaimana produk atau jasa akan memuaskan keinginan pelanggan. (Kenali karakteristik khusus, keistimewaan, atau atribut dari produk, dan tunjukkan bagaimana perusahaan akan dapat memuaskan keinginan pelanggan.)
3. *Relate customer wants to product hows* : Hubungkan keinginan pelanggan dengan bagaimana produk akan dibuat untuk memenuhi keinginan pelanggan tersebut.
4. *Identify relationships between the firm's hows* : Kenali hubungan antara

perusahaan dengan pelanggan. Bagaimana perusahaan dapat memenuhi atribut – atribut yang diinginkan pelanggan tersebut.

5. *Develop importance ratings* : Membuat tingkat kepentingan. (Merupakan hubungan antara keinginan pelanggan dengan bagaimana produk yang dibuat perusahaan agar memuaskan pelanggan, hubungan kedua persyaratan ini dapat tunjukkan melalui symbol tertentu.
6. *Evaluate competing products* : Evaluasi para pesaing, seberapa baik para pesaing memenuhi kebutuhan pelanggan?
7. *Determine the desirable technical attributes, your performance, and the competitor's performance against these attributes* : Menentukan atribut yang diinginkan oleh pelanggan, kinerja perusahaan, dan kinerja pesaing.

Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa dalam proses pembuatan *House of Quality* dibutuhkan proses mengidentifikasi keinginan pelanggan, mengidentifikasi bagaimana cara barang/jasa memberikan kepuasan kepada pelanggan, bagaimana menghubungkan keinginan pelanggan dengan produk, mengidentifikasi hubungan diantara metode - metode perusahaan, membuat peringkat kepentingan, menentukan atribut-atribut teknik, kinerja perusahaan, dan kinerja pesaing dalam pemenuhan atribut-atribut tersebut. *House of Quality* digambarkan dalam matriks yang berbentuk seperti rumah. *House Of Quality (HOQ)* dapat di gambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1 *House of Quality*

Sumber : Jay Heizer dan Berry Render (2009)

2.2 Penelitian Terdahulu

Zulman Efendi (2007) meneliti tentang Penerapan *Quality Function Deployment* (QFD) untuk Peningkatan Kinerja Industri Kecil Baso Sapi Berdasarkan Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini mengkaji preferensi konsumen dalam mengambil keputusan tentang pemilihan produk baso, pelayanan industry baso dan desain restoran bakso. Analisis QFD digunakan untuk mengelaborasi struktur mekanisme dalam memutuskan keperluan konsumen pada industry baso karena tidak adanya standarisasi kualitas baso berdasarkan preferensi konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga level atribut penting bagi konsumen : 1) kualitas organoleptik (flavor, rasa, warna, tekstur, kegurihan), 2) ketersediaan bulatan baso dan 3) ukuran bulatan baso. Ada tiga performan penting yang sangat dipilih oleh konsumen : 1) kualitas organoleptic, 2) bulatan baso, 3)

kebersihan lingkungan. Oleh karena itu ada tiga perubahan performans yang penting : 1) sikap karyawan (komunikasi, empati, dan sosialisasi), 2) sirkulasi udara yang baik, 3) sambutan bagi pengunjung. Namun demikian, analisis Normalisasi Skala Kepentingan Konsumen (NSKK) menunjukkan adanya tiga hal penting yang harus diutamakan : 1) komunikasi, 2) empati karyawan, 3) higienitas toilet. Terdapat tiga tindakan teknis yang perlu dilakukan : 1) meningkatkan pengetahuan karyawan tentang motto : tamu adalah raja, 2) menjaga dan memperbaiki fasilitas dan fasilitas dasar terus menerus, 3) memperbaiki keterampilan karyawan untuk melayani tepat waktu.

Hepi Risenasari (2009) dalam penelitiannya yang berjudul Penerapan Metode *Quality Function Deployment* (QFD) Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Restoran Pringajajar Kabupaten Pealing Jawa Tengah Penelitian ini dilakukan di Restoran Taman Pringjajar (Pringsewu Group). Hasil dari penelitian ini adalah untuk memperbaiki kualitas layanannya. Restoran Pringjajar harus memperbaiki rasa yang khas yaitu dengan cara memperbaiki proses suplai bahan baku, penyimpanan bahan baku, preparasi, dan pemasakan selanjutnya adalah kenyamanan.

Onder Erkarlan (2011) dalam penelitiannya yang berjudul "*Optimize of Product Design Through Quality Function Deployment (QFD) and Analytical Hierar Process (AHP)*". Atribut produk wastafel keramik yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen adalah produknya seharusnya tidak menyiram air, membersihkan dengan mudah, penampilan bagus, tidak menyerap bakteri atau noda, sabun cair tidak boleh tumpah di lantai, penopang pendukung harus menjaga kecerahannya, dan digunakan dalam jangka panjang. Atribut produk yang menjadi kebutuhan konsumen paling tinggi adalah penopang yang mendukung harus menjaga kecerahannya sebanyak 43%. Persyaratan teknis dengan prioritas tertinggi adalah penanganan pegangan krom yaitu 23%. Penyebab nilai atribut yang kurang dari presentase seperti produknya seharusnya tidak menyiramkan air penyebabnya adalah kurangnya diameter dan kedalaman wastafel, karakter cetakan yang kurang detail, dan kondisi pekerja yang kekurangan pegawai.

Ratih Prihatiningtyas (2015) dalam penelitiannya yang berjudul “analisis Peningkatan Kualitas pada Rantai Pasok Buah Pepaya Calina”. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan menggunakan Quality Function Deployment (QFD). Berdasarkan atribut utama keinginan konsumen terhadap kualitas papaya Calina adalah rasa manis, warna daging, dan tekstur daging buah. Analisis QFD menunjukkan yang memiliki kepentingan paling tinggi terhadap aktivitas lainnya, yaitu pemeliharaan dalam budidaya dengan nilai kepentingan sebesar 525 dan nilai relative sebesar 0.0115 untuk memenuhi kepuasan konsumen. Dalam menghasilkan papaya berkualitas, terdapat dua atribut yang mengalami ketidaksesuaian mutu karena belum mencapai target dari tingkat dan termasuk tujuh tertinggi dari prioritas analisis QFD, yaitu produk memar dan terserang hama penyakit. Penyebabnya adalah bahan baku, *management*, tenaga kerja, lingkungan, *machine and method* yang harus ditindaklanjuti.

Dediek Tri K (2013) meneliti tentang Penerapan Quality Function Deployment dalam Upaya Peningkatan Kualitas Produk Suwar – suwir UD, Primadona Jember. UD Primadona merupakan salah satu industri yang cukup lama memproduksi suwar – suwir asli Jember. Dalam persaingan bisnis yang makin kompetitif, UD Primadona perlu melakukan peningkatan kualitas pada tiap produk yang ada termasuk produk suwar – suwir yang meliputi apa saja keinginan atau kebutuhan konsumen (*what*) dan bagaimana memenuhi kebutuhan konsumen berdasarkan perencanaan teknis (*how*). Metode yang dapat digunakan dalam upaya peningkatan kualitas produk suwar – suwir adalah *Quality Function Deployment* (QFD). Dari hasil penelitian, adapun beberapa atribut produk suwar – suwir UD Primadona berdasarkan suara konsumen (*Voice of Customer*) adalah rasa, warna, tekstur, ukuran, aroma, daya tahan/keaweta, bentuk, kebersihan, pembungkus isi, jenis kemasan, bentuk kemasan, warna dasar kemasan, perpaduan tiap warna dalam kemasan, lay out kemasan, tipografi desain kemasan, citra kemasan, harga, kemudahan mendapatkan produk, dampak bagi kesehatan, dan informasi mengenai produk. Berdasarkan penyusunan rumah kualitas *House of Quality* (HoQ) dihasilkan beberapa persyaratan teknis yang perlu dilakukan menurut prioritasnya : penerapan sistem saran (internal dan eksternal),

perencanaan jumlah kebutuhan bahan baku yang akurat, tenaga desainer untuk inovasi desain kemasan, penambahan teknologi mesin, distribusi bahan baku tepat waktu, pemesanan bahan baku tepat waktu, kegiatan motivasi tenaga kerja, evaluasi kinerja tenaga kerja, kemitraan dengan pemasok (*supplier*), pemeliharaan mesin dan peralatan, penyortiran produk cacat, penyediaan bahan baku yang berkualitas, kestabilan fisik dan mental tenaga kerja, penyediaan lingkungan produksi yang baik, komposisi bahan baku yang tepat, lama proses pengadukan, tingkat suhu bara api, kinerja pekerja pengaduk, standar penyimpanan bahan baku, pengadukan dan pencampuran yang sempurna, pengalaman tenaga pemotong, set-up mesin pembungkus, proses pembungkusan, pemeliharaan kebersihan lingkungan produksi, akurasi pemotongan, tingkat kesesuaian bentuk penambahan unsur Jember pada desain kemasan, pengepakan pada kemasan, press kemasan, distribusi produk tepat waktu di tangan konsumen, suhu sekitar tempat pendingin, temperature udara tempat pendingin, dan lama proses pendinginan.

Tabel 2.1 Tabel Ringkasa Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Metode Analisis Data	Hasil (Kesimpulan)
1.	Zulman Effendi (2007)	Quality Function Deployment (QFD)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga level atribut penting bagi konsumen : 1) kualitas organoleptik (flavor, rasa, warna, tekstur, kegunungan), 2) ketersediaan baso, dan 3) ukuran bulatan baso. Ada tiga performans yang penting : 1) sikap karyawan (komunikasi, empati, dan sosialisasi), 2) sirkulasi udara yang baik, 3) sambutan bagi pengunjung.
2.	Hepi Risenasari (2009)	Quality Function Deployment (QFD)	Penelitian ini dilakukan di Restoran Taman Pringjajar (Pringsewu Group). Hasil dari penelitian ini adalah untuk memperbaiki kualitas layanannya. Restoran Pringjajar harus memperbaiki rasa yang khas yaitu dengan cara memperbaiki proses suplai bahan baku, penyimpanan bahan baku, preparasi, dan pemasakan selanjutnya adalah kenyamanan.

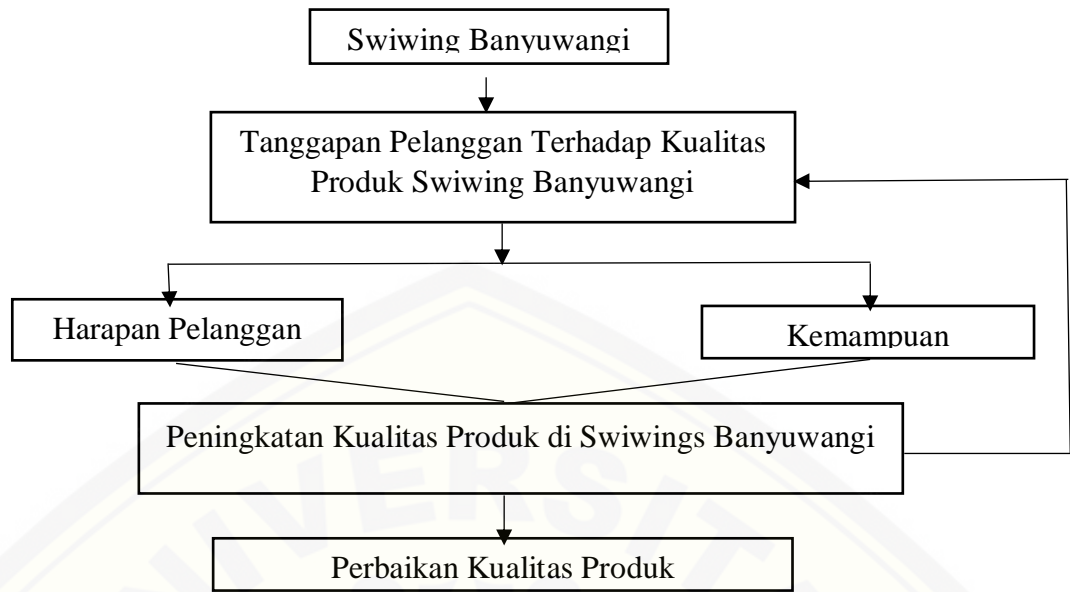
3.	Onder Erkarlan (2011)	<i>Quality Function Deployment (QFD) dan Fishbone Diagram</i>	Penyebab nilai atribut yang kurang dari presentase seperti produknya seharusnya tidak menyiramkan air penyebabnya adalah kurangnya diameter dan kedalaman wastafel, karakter cetakan yang kurang detail, dan kondisi pekerja yang kekurangan pegawai.
4.	Ratih P (2015)	<i>Quality Function Deployment (QFD) dan Fishbone Diagram</i>	Analisis QFD menunjukkan yang memiliki kepentingan paling tinggi terhadap aktivitas lainnya, yaitu pemeliharaan dalam budidaya dengan nilai kepentingan sebesar 525 dan nilai relative sebesar 0.0115 untuk memenuhi kepuasan konsumen. Dalam menghasilkan papaya berkualitas, terdapat dua atribut yang mengalami ketidaksesuaian mutu karena belum mencapai target dari tingkat dan termasuk tujuh tertinggi dari prioritas analisis QFD, yaitu produk memar dan terserang hama penyakit. Penyebabnya adalah bahan baku, <i>management</i> , tenaga kerja, lingkungan, <i>machine and method</i> yang harus ditindaklanjuti.
5.	Dediek Tri K (2013)	<i>Quality Function Deployment (QFD) dan Fishbone Diagram</i>	Dari hasil penelitian, adapun beberapa atribut produk suwar – suwir UD Primadona berdasarkan suara konsumen (<i>Voice of Customer</i>) adalah rasa, warna, tekstur, ukuran, aroma, daya tahan/keaweta, bentuk, kebersihan, pembungkus isi, jenis kemasan, bentuk kemasan, warna dasar kemasan, perpaduan tiap warna dalam kemasan, lay out kemasan, tipografi desain kemasan, citra kemasan, harga, kemudahan mendapatkan produk, dampak bagi kesehatan, dan informasi mengenai produk. Berdasarkan penyusunan rumah kualitas <i>House of Quality</i> (HoQ) dihasilkan beberapa persyaratan teknis yang perlu dilakukan menurut prioritasnya : penerapan sistem saran (internal dan eksternal), perencanaan jumlah kebutuhan bahan baku yang akurat, tenaga desainer untuk inovasi desain kemasan, penambahan teknologi mesin, distribusi bahan baku tepat waktu, pemesanan bahan baku tepat waktu, kegiatan motivasi tenaga kerja, evaluasi kinerja tenaga

kerja, kemitraan dengan pemasok (*supplier*), pemeliharaan mesin dan peralatan, penyortiran produk cacat, penyediaan bahan baku yang berkualitas, kestabilan fisik dan mental tenaga kerja, penyediaan lingkungan produksi yang baik, komposisi bahan baku yang tepat, lama proses pengadukan, tingkat suhu bara api, kinerja pekerja pengaduk, standar penyimpanan bahan baku, pengadukan dan pencampuran yang sempurna, pengalaman tenaga pemotong, set-up mesin pembungkus, proses pembungkusan, pemeliharaan kebersihan lingkungan produksi, akurasi pemotongan, tingkat kesesuaian bentuk penambahan unsur Jember pada desain kemasan, pengepakan pada kemasan, press kemasan, distribusi produk tepat waktu di tangan konsumen, suhu sekitar tempat pendingin, temperature udara tempat pendingin, dan lama proses pendinginan.

Sumber : Zulman Effendi (2007), Hepi Risenasari (2009), Onder Erkarlan (2011), Ratih P (2015), dan Dediek Tri K (2013)

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan kajian teori yang telah dijelaskan pada penjelasan mengenai *Quality Function Deployment* yang mampu meningkatkan kualitas produk termasuk pada produk Swiwings Banyuwangi yang akan bermanfaat dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen tersebut diperlukan adanya tanggapan dari pelanggan (*Voice of Customer*). Dari adanya tanggapan pelanggan diharapkan mampu mengetahui harapan pelanggan agar perusahaan mampu menanggapi kebutuhan pelanggan serta dapat meningkatkan kualitas produk swiwings tersebut. Dari penjelasan diatas dapat menghasilkan suatu rekomendasi atau usulan perbaikan kualitas produk yang dapat dijadikan bahan pertimbangan pihak swiwings Banyuwangi.



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang berbasis deskriptif, yaitu suatu bentuk penelitian yang ditunjukkan untuk mendeskripsikan fenomena – fenomena yang ada. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perubahan antara fenomena yang satu dengan yang fenomena lainnya (Sukmadinata, 2006:72).

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode gabungan antara kuantitatif dan kualitatif, sehingga dalam penelitian ini menggunakan dua metode yang akan dikombinasikan dalam upaya mendapatkan hasil penelitian yang optimal. Penelitian ini akan menggunakan proses wawancara sebagai dasar penyusunan kuisisioner pertama persyaratan kepentingan konsumen.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah produk dari perusahaan swiwings Banyuwangi.

3.3 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Swiwings Banyuwangi yang merupakan salah satu tempat produksi. Penelitian akan dilakukan mulai bulan Juni 2020.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data akan didapat dari metode wawancara, kuisisioner, dan kegiatan observasi. Kegiatan wawancara dan penyebaran kuisisioner akan dilakukan pada beberapa responden yang ditentukan. Wawancara yang terstruktur akan dilakukan pada responden konsumen dan pihak manajemen swiwings untuk memenuhi focus penelitian yang diinginkan. Kegiatan observasi akan dilakukan pada tempat pembuatan di perusahaan swiwings Banyuwangi.

Kuisisioner akan disusun berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan konsumen yang didapat dari proses wawancara pada beberapa konsumen dan

manajemen perusahaan mengenai kualitas produk yang diharapkan. Tiap item kebutuhan konsumen akan menjadi dasar pembuatan atribut penelitian yang ditetapkan peneliti berdasarkan teori yang terkait.

Penyebaran kuesioner akan dilakukan secara selektif pada sampel responden yang sesuai dengan persyaratan yang telah ditentukan. Penyebaran kuesioner akan dilakukan dengan beberapa tahap sesuai data yang dibutuhkan.

Penelitian ini akan menggunakan skala likert sebagai alternatif jawaban. Menurut Sugiyono (2018) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian, indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun item-item dalam instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

3.5 Metode Pengambilan Sampel

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampel tanpa peluang (*Non Probability Sampling*). Menurut Sugiyono (2018) teknik *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Umar (2005) menyatakan bahwa setiap anggota populasi tidak mempunyai peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel dalam teknik ini. Cara yang digunakan adalah *Convenience Sampling (accidental sampling)* atau cara dipermudah, yaitu dengan cara memilih konsumen yang dirasa paling mudah untuk memberikan informasi yang dibutuhkan. *convenience sampling* dapat dilakukan oleh siapa pun selaku peneliti dan individu tersebut bebas memilih target *sampling* tanpa batasan kriteria khusus (akuntanmuslim.com 2020). Dalam penelitian ini yang merupakan populasi adalah orang-orang yang berkunjung ke Swiwings Banyuwangi untuk membeli produk yang dinikmati di tempat. Sementara yang menjadi sampel adalah konsumen yang berkunjung ke Swiwings

Banyuwangi untuk membeli produk yang dinikmati di tempat pada saat penelitian dilakukan dan bersedia untuk diwawancarai.

Penelitian ini menggunakan dua responden yaitu responden konsumen dan responden perusahaan. Responden konsumen yang digunakan sebesar 42 responden yang dibagi yaitu 12 responden khusus untuk menentukan atribut – atribut yang menjadi dasar kebutuhan konsumen, serta 30 responden umum yang dibutuhkan untuk mengisi kuesioner guna mengetahui seberapa besar keinginan dan kebutuhan konsumen. Menurut Umar (2005) untuk melakukan uji validitas dan uji realibilitas disarankan agar jumlah responden untuk uji coba minimal 30 responden dengan pertimbangan jumlah ini dianggap sudah memenuhi syarat untuk penelitian deskriptif.

Kriteria pelanggan yang dijadikan responden yaitu :

- 1) Pelanggan yang mengonsumsi produk dari Swiwings Banyuwangi, baik hari kerja maupun hari libur.
- 2) Pelanggan bersedia di wawancarai atau mengisi kuisisioner yang telah disediakan, dan dalam satu keluarga dipilih satu orang, hal ini ditujukan agar tidak adanya saling mempengaruhi dalam menjawab kuisisioner.
- 3) Untuk responden perusahaan dipilih pemilik dan manajer Swiwings Banyuwangi.

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisis *Quality Function Deployment* (QFD) dan Pembuatan *House of Quality* (HoQ)

Implementasi QFD secara garis besar dibagi dalam tiga tahap. Adapun ketiga tahap tersebut adalah :

- a. Tahap Pengumpulan Data Pelanggan atau *Voice Of Customer*

Tahap awal dari penerapan metode *Quality Function Deployment* (QFD) adalah mengumpulkan *Voice of Customer* dengan cara menyebarkan kuisisioner

terhadap pelanggan Swiwings Banyuwangi. Kemudian suara yang telah di dapat disusun menjadi atribut-atribut kebutuhan dan keinginan konsumen.

b. Tahap Penyusunan *House of Quality* (HOQ)

Tahap – tahap dalam penyusunan rumah kualitas adalah sebagai berikut:

1) Derajat Kepentingan Relatif atribut Keinginan Konsumen

Derajat kepentingan relative konsumen digunakan untuk memosisikan setiap atau memprioritaskan keinginan ataupun kebutuhan konsumen dalam bentuk data kuantitatif.

Perhitungan derajat kepentingan relative setiap atribut adalah sebagai berikut :

$$TKK = \frac{\sum x}{n}$$

Sumber: J.Supranto, 2001

Keterangan :

TKK	: Tingkat Kebutuhan Konsumen
$\sum x$: Total Skor Kebutuhan
n	: Jumlah Responden

2) Penilaian Pelanggan atas Kepuasan akan produk Swiwings Banyuwangi

Pada tahapan ini akan diukur kepuasan pelanggan terhadap produk yang selama ini diberikan pihak Swiwings kepada konsumen dengan untuk mengetahui tingkat keunggulan produk. Untuk mendapatkan nilai atribut masing – masing kebutuhan konsumen dilakukan dengan perhitungan rata – rata dengan rumus sebagai berikut :

$$TKP = \frac{\sum x}{n}$$

Sumber : J. Supranto, 2001

Keterangan :

TKP : Tingkat Kinerja Produk

$\sum x$: Tingkat Kepuasan Responden

N : Jumlah Responden

3) Penentuan Tujuan dan Masa depan Produk dan Pelayanan

Tujuan masa depan produk dan pelayanan merupakan hal yang menjadi kewajiban dari pihak manajemen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen atas berbagai kualitas dari Swiwings. Skor yang digunakan dari skor dari skor paling rendah yaitu 1 hingga paling baik yaitu 5. Masa depan produk ditentukan melalui wawancara dan diskusi dengan pihak manajemen.

4) Penentan Rasio Perbaikan

Dengan mengetahui besarnya nilai target dan nilai kinerja dari setiap atribut produk ataupun pelayanan dari suatu perusahaan, maka dapat diukur besarnya rasio perbaikan (*Improvement*). Rasio perbaikan ini diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rasio Perbaikan} = \frac{\text{Nilai Target}}{\text{Kinerja Produk}}$$

Sumber Akao, 1990.

5) Poin Penjualan (*Sales Point*)

Data ini berisi informasi tentang kemampuan dalam menjual produk atau jasa, didasarkan seberapa baik tiap kebutuhan konsumen dipenuhi oleh perusahaan. mengetahui seberapa besar perubahan yang terjadi apabila terdapat perubahan pada atribut tertentu terhadap produk atau jasa yang diberikan apakah perubahan tersebut dapat menguntungkan perusahaan, cukup menguntungkan, ataupun tidak menguntungkan bagi perusahaan. Skala-skala yang digunakan pada *sales point* sebagai berikut :

Tabel 3.1 Nilai Poin Penjualan

No	Nilai	Keterangan
1	1	Menunjukkan tidak ada titik penjualan
2	1,2	Menunjukkan titik penjualan menengah
3	1,5	Menunjukkan titik penjualan kuat

Sumber : Akao, 1990.

6) Penentuan Skala Kebutuhan dan Normalisasi Skala Kebutuhan Konsumen
(*Customer Requirement Scale (Crs) Raw Weight*)

Skala kebutuhan konsumen adalah instrument yang menjadikan suatu hirarki kebutuhan konsumen berdasarkan penilaian tim terhadap 3 variabel, yaitu nilai kebutuhan konsumen, rasio perbaikan, dan titik penjualan. Skala kebutuhan konsumen dirumuskan sebaga berikut

$$SKK = TKK \times RP \times TP$$

Sumber : Akao, 1990

Keterangan :

SKK : Skala Kebutuhan Konsumen (*absolute weight*)

TKK : Nilai Kebutuhan Konsumen (*degree of importance*)

RP : Rasio Perbaikan (*improvement ratio*)

TP : Tingkat Penjualan (*sales point*)

Skala kebutuhan konsumen ini kemudian dengan menggunakan persentase (%). Rumus yang digunakan untuk normalisasikan adalah :

$$NSKK = \frac{SKK}{Total SKK} \times 100\%$$

Sumber : Akao, 1990.

Keterangan :

NSSK : Normalisasi Skala Kebutuhan Konsumen (*absolute weight*)

SKK : Skala Kebutuhan Konsumen

Skala Kebutuhan Konsumen (SKK) dan Normalisasi Skala Kebutuhan Konsumen (NSKK) keduanya memberikan informasi yang sama, yakni memberikan nilai proporsi terhadap setiap atribut kebutuhan dan keinginan konsumen. Hasil dari Normalisasi Skala Kebutuhan Konsumen (NSKK) akan dipergunakan dalam perhitungan berikutnya pada *House of Quality* (HoQ).

7) Penentuan Rancangan dan Target Tindakan Teknis

Tahap ini merupakan tahap muncul karakteristik kualitas pengganti (*Subtitute Quality Characteristic*). Pada tahap ini dilakukan transformasi dari kebutuhan yang bersifat non teknis menjadi data yang bersifat teknis guna memenuhi kebutuhan - kebutuhan konsumen. Kebutuhan konsumen kemudian diterjemahkan dalam kebutuhan teknis yang berasal dari manajemen perusahaan dan dinyatakan dalam bentuk data kualitatif dan kuantitatif. Daftar ini disusun berdasarkan wawancara dengan pihak manajemen dengan memperhatikan seluruh aspek yang ada di perusahaan.

8) Analisis Hubungan Kebutuhan Konsumen dengan Kebutuhan Teknis (Matriks Korelasi/*Relationship Matrix*)

Tahap ini menentukan seberapa kuat hubungan antara respon teknis dengan kebutuhan konsumen. Hubungan antara keduanya bisa berupa hubungan yang sangat kuat, sedang, lemah.

Tabel 3.2 Simbol Hubungan Kebutuhan Konsumen dengan Kebutuhan Teknis

Simbol	Arti	Nilai
(blank)	Tidak Ada Hubungan	0
∇	Hubungan Lemah	1
○	Hubungan Sedang	3

Sumber : Akao,1990.

9) Penentuan Target dan Melakukan Analisis Kesulitan Teknis

Analisis kesulitan teknis disusun dengan memperhatikan tingkat kesulitan yang dialami oleh perusahaan dalam menerepakan kebutuhan teknis. Analisis kesulitan teknis dikelompokkan dalam 5 tingkatan, yaitu 1 untuk yang tidak sulit sampai yang tersulit.

10) Perhitungan Skor Kebutuhan Teknis (*Priorities*)

Nilai skor kebutuhan teknis didapatkan dari nilai normalisasi dikalikan dengan nilai hubungan antara kebutuhan konsumen, seperti rumus berikut :

$$KTI = \sum BTi \times Hi$$

Sumber : Akao, 1990.

Keterangan :

KTi : Nilai Absolute Kebutuhan Teknis

Bti : Kebutuhan relative (bobot) Kebutuhan Konsumen/ Normalisasi Skala Kebutuhan Konsumen

Hi : Nilai Hubungan Kebutuhan Konsumen dan Kebutuhan Teknik

Selanjutnya untuk mengetahui tingkat kebutuhan relative dapat diperoleh dari hasil bagi antara masing – masing nilai kebutuhan teknik dengan jumlah total nilai kebutuhan teknis dikalikan 100%.

Rumus tingkat kebutuhan relative adalah sebagai berikut :

$$KTi \text{ relative} = \frac{KTi}{\sum KTi} \times 100\%$$

Sumber : Akao, 1990.

Keterangan :

KTi Relatif : Nilai Kebutuhan Teknik Relatif

KTi : Nilai Kebutuhan Relatif

11) Penentuan Korelasi antar Kebutuhan Teknis (*Technical Relationship*)

Tahap ini merupakan tahap penentuan hubungan untuk mengetahui hubungan antara kebutuhan teknis satu dengan kebutuhan teknis lainnya bersifat positif atau negative yang diberi tanda dengan simbol dan memiliki nilai. Simbol-simbol tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.3 Simbol Hubungan antar Kebutuhan Teknis

Simbol	Arti	Nilai
●	Korelasi positif yang kuat	+9
○	Korelasi cukup positif	+3
X	Korelasi negative cukup kuat	-3
#	Korelasi negative yang kuat	-9
(Kosong) / □	Tidak ada hubungan	0

Sumber : Wijaya (2018)

12) Penyusunan Perhitungan Dan Analisis Ke Dalam Bentuk HoQ

House of Quality (HoQ) disusun berdasarkan data yang telah diperoleh dan perhitungan yang telah dilakukan. Penyusunan *House of Quality* (HoQ) dilakukan dengan mengikuti kaidah dan ketentuan yang telah ditetapkan.

c. Tahap Analisis dan Interpretasi

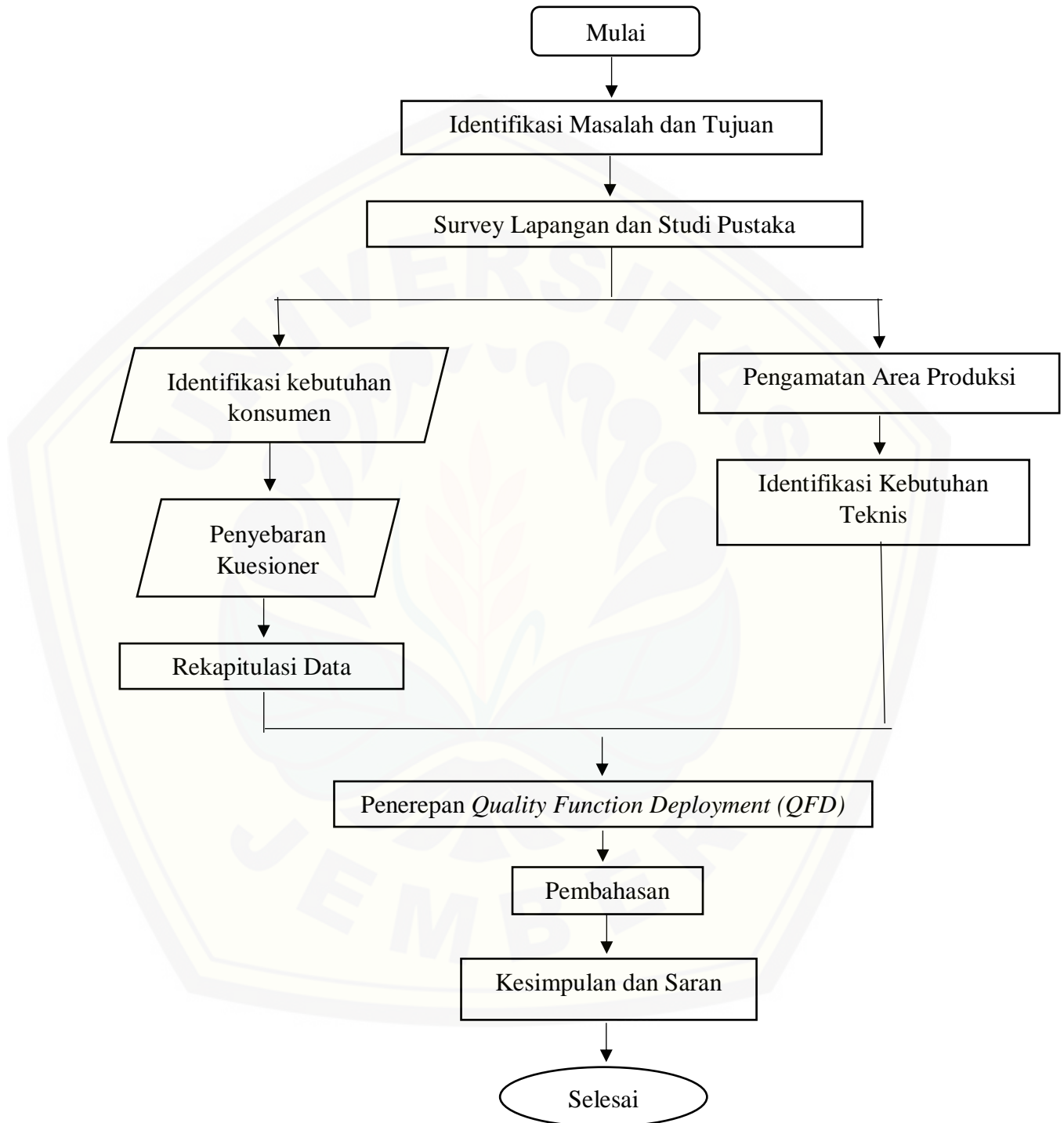
Tahap analisis dan interpretasi merupakan tahap teknis dan implementasi *Quality Function Deployment*. Disini dilakukan analisis dan interpretasi terhadap rumah kualitas yang sudah disusun pada tahap sebelumnya. Dan bila dilanjutkan pada pembuatan suatu produk/jasa, maka akan dapat dihasilkan produk/jasa yang mempunyai karakteristik yang kuat dalam memenuhi keinginan konsumen.

d. Rekomendasi Perbaikan Kualitas

Setelah dilakukan penyebab terjadinya kerusakan produk selanjutnya adalah menyusun rekomendasi tindakan untuk melakukan perbaikan kualitas produk.



3.7 Kerangka Pemecahan Masalah



Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah

Keterangan:

1. Tahap awal dimulainya penelitian merupakan persiapan materi untuk mencari data awal yang diperlukan dalam penulisan skripsi.
2. Identifikasi masalah dan tujuan, mencoba mengkaji lebih dalam masalah dan tujuan dilakukannya penelitian.
3. Survey lapangan dan studi pustaka, dimaksudkan memperoleh gambaran yang mendalam terhadap masalah yang akan diteliti.
4. Identifikasi kebutuhan konsumen, berisi data atau informasi yang diperoleh dari hasil penelitian pasar tentang kebutuhan dan keinginan konsumen.
5. Penyebaran kuesioner adalah memberikan pertanyaan yang mudah untuk responden dimana jawaban responden akan digunakan untuk memenuhi data penelitian.
6. Rekapitulasi data adalah meringkas data sehingga tersusun isinya dan dapat mengikuti rangkaian rumus, langkah, atau pola tertentu.
7. Pengamatan area Produksi merupakan tahap dimana dilakukan proses produksi.
8. Identifikasi kebutuhan teknis adalah berisi data atau informasi yang diperoleh dari perusahaan.
9. Penerapan *Metode Quality Function Deployment* (QFD) untuk mengidentifikasi kepuasan konsumen.
10. Pembahasan dan hasil, yaitu tahap yang dilakukan untuk membahas mengenai hasil analisis yang dilakukan.
11. Setelah memperoleh hasil, maka dapat ditarik kesimpulan dan saran.
12. Selesai menunjukkan berakhirnya penelitian ini.

BAB 5. KESIMPILAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini yaitu :

- a. Terdapat 7 atribut kebutuhan pelanggan Swiwings Banyuwangi yang didapatkan melalui penjarangan *voice of customer* dalam bentuk kuesioner terbuka oleh 12 orang responden yang perlu dibenahi atau ditingkatkan kualitas produknya oleh pihak Swiwings Banyuwangi. Atribut kebutuhan pelanggan tersebut terdiri dari adalah kualitas rasa saus, porsi makanan dan minuman, kualitas ayam, kualitas minuman, packaging produk, ke higienisan makanan dan perlengkapannya, serta yang terakhir adalah harga.
- b. Pada peningkatan kualitas produk pada Swiwings Banyuwangi melalui hasil *Quality Funtion Deployment (QFD)* dan berdasarkan skala kepentingan dan kebutuhan pelanggan maka terdapat 4 atribut prioritas kebutuhan yang perlu untuk dilakukan perbaikan yaitu kualitas ayam, kualitas rasa saus, kualitas minuman dan ke higienisan makanan dan perlengkapannya.
- c. Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kebutuhan dan keinginan pelanggan dan sesuai dengan kemampuan pihak Swiwings Banyuwangi adalah memberikan dan melakukan pengarahan terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi, melakukan evaluasi terhadap para pekerja Swiwings, dan melakukan pengecekan secara berkala.

5.2 Saran

- a. Bagi Perusahaan

Upaya peningkatan kualitas produk pada Swiwings Banyuwangi diterapkan melalui kebutuhan teknis yaitu memberikan dan melakukan pengarahan terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi, melakukan evaluasi terhadap para pekerja Swiwings, dan melakukan pengecekan secara berkala. Akan tetapi diharapkan pihak dari Swiwings Bnayuwangi tidak hanya berfokus

kepada kebutuhan teknis tersebut saja. Terlepas dari itu, pihak Swiwings Banyuwangi juga perlu memperhatikan atribut kebutuhan aspek sales point, kepuasan pelanggan, serta aspek rasio perbaikan. Selain itu, diharapkan bagi pihak swiwings untuk lebih meningkatkan kinerja para pekerjanya, serta mengupdate tampilan dan isi pada web resmi Swiwings Banyuwangi seperti Instagram dan aplikasi lainnya sehingga mampu membuat masyarakat merasa tertarik terhadap Swiwings Banyuwangi, dan dengan adanya peningkatan kualitas produk ini maka diharapkan dapat menjadi salah satu restoran yang mampu bersaing dengan seluruh restoran yang menggunakan bahan dasar ayam di Banyuwangi.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapka penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan referensi untuk penelitian selanjutnya dan mampu mengembangkan penelitian selanjutnya menggunakan alat analisis agar kebutuhan konsumen dapat dipahami secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, Agus. 2002. *Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Akao, Y. 1990. *Quality Function Deployment Integrating Customers Requirements Into Product Design*. Productivity Press, Cambridge, Mass.
- Ariani, D.W. 2002. *Manajemen Kualitas: Pendekatan Sisi Kualitas*. Departemen Pendidikan Nasional. Jakarta.
- Erkarlsan, Onder dan Hande, Yilmaz. 2011. Optimization of Product Design Through Quality Function Deployment and Analytical Hierarchy Process: Case Study of a Ceramic Washbasin. *Jurnal METU JFA*, 28(1): 1-22
- Gasperz, V. 2007. *Total Quality Manajemen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gonzalez, M. Q. 2004. *Improving Product Design Using Quality Function Deployment: The School Furniture Case in Developing Countries*. *Quality Engineering Journal* Vol. 16 No. 1. pp.47-58, 2003.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2009. *Manajemen Operasi*. Jakarta Selatan: Selemba Empat Heizer
- Hepi Risenasari, 2009. *Penerapan Quality Function Deployment (QFD) Untuk Mengetahui Tingkat Kepuasan Konsumen Restoran Taman Pringjajar*. *Jurnal Institut Pertanian Bogor*.
- Kurniawan, D. T. 2014. *Penerapan Quality Function Deployment dalam upaya peningkatan kualitas produk suwar - suwir UD. Primadona Jember*. Skripsi Universitas Jember.
- Mas'ud Fuad. 2004. *Survai Diagnosis Organisasional Konsep & Aplikasi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Prof. Dr. Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: alfabeta.
- Prihatiningtyas, Ratih. Alim, Setiawan. Nur, H.W. 2015. Analisis Peningkatan Kualitas pada Rantai Pasokan Buah pepaya Calina. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*. Vol. 6, No. 3

- Risenasari, H. 2009. *Penerapan Metode QFD dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Restoran Pringjaja Kabupaten Pemalang Jawa Tengah*. Skripsi Institut Pertanian Bogor.
- Sukmadinata. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. 2008. *Pengertian Produk*.
<https://materi%20QFD/Mulya%20Jho%20%20Pengertian%20Produk,%20Definisi%20kualitas%20Produk,%20Dan%20Dimensi%20Kualitas%20Produk.htm>[18 Mei 2015].
- Umar, Husein. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Vincent, G. 2007. *dalam Alma 2011. Dimension Kualitas Produk*.
<https://materi%20QFD/Mulya%20Jho%20%20Pengertian%20Produk,%20Definisi%20kualitas%20Produk,%20Dan%20Dimensi%20Kualitas%20Produk.htm>[18 Mei 2015].
- Wijaya Toni. 2018. *Manajemen Kualitas Jasa*, Edisi 2. PT Indeks : Jakarta
- Zulman Efendi, 2007. Penerapan Quality Function Deployment untuk Peningkatan Kinerja Industri Kecil Bakso Sapi Berdasarkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Universitas Bengkulu*.
<https://akuntanmuslim.com/accidental-sampling-adalah/> [Diakses pada tanggal 8 Oktober 2020]
<https://www.moneysmart.id/produksi-ayam-broiler-paling-tinggi/>[Diakses pada tanggal 12 Januari 2020]
<https://id-id.facebook.com/CBezTendean/>[Diakses pada tanggal 12 Januari 2020]
<https://business.google.com/create?hl=id&getstarted&fp=17118964666941360253&gmbsrc=id-id-et-ip-z-gmb-s-z-l~skp%7Cclaimbz%7Cu&ppsrc=GMBSI>[Diakses pada tanggal 12 Januari 2020]

Lampiran1

Kuesioner Survey Atribut Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan

Lampiran 1. Kuesioner Tahap 1 : Kuesioner Seleksi Responden

Tanggal

Data Responden	
Nama Responden	:
Alamat	:
Jenis Kelamin	: () Laki – laki () Perempuan

- a. 17-22 tahun b. 23-28 tahun c. 29-34 tahun d. 35-40tahun
 e. >40tahun

2) Pekerjaan Anda sekarang?

- a. Belum bekerja b. Pegawai c. Wiraswasta d. PNS
 e. Lain - lain

3) Berapa kali dalam sebulan anda mengonsumsi produk Swiwings Banyuwangi ini?

- a. 1 b. 2 c. 3 d. 4
 e.>5

4) Anda selaku konsumen diminta untuk memberikan kritikan maupun saran terhadap produk yang anda konsumsi di Swiwings Banyuwangi.

.....

Lampiran 2

Data Survey Atribut Kebutuhan Pelanggan

Responden	Kualitas Ayam	Kualitas Rasa Saus	Kualitas Minuman	Packaging Produk	Porsi Makanan dan Minuman	Kehigienisan Makanan dan perlengkapannya	Harga
1	0	1	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	1	0	0
3	0	1	0	0	1	0	0
4	0	0	1	0	0	1	0
5	0	1	0	0	1	0	0
6	0	0	0	0	1	0	0
7	0	1	0	0	1	0	0
8	1	0	0	0	0	0	0
9	1	1	0	0	0	0	0
10	0	1	0	0	0	0	0
11	1	0	0	0	1	0	1
12	0	0	0	1	0	0	0
Total	3	6	1	1	6	1	1

Lampiran 3

Daftar Identitas Responden

Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
1	Perempuan	17-22 tahun	Belum Bekerja
2	Perempuam	17-22 tahun	Belum Bekerja
3	Laki - laki	17-22 tahun	Belum Bekerja
4	Perempuan	17-22 tahun	Belum Bekerja
5	Perempuan	23-28 tahun	Belum Bekerja
6	Laki – laki	17-22 tahun	Belum Bekerja
7	Perempuan	23-28 tahun	Belum Bekerja
8	Laki – laki	23-28 tahun	Belum Bekerja
9	Laki – laki	29-34 tahun	Pegawai
10	Laki – laki	23-28 tahun	Wiraswasta
11	Laki – laki	23-28 tahun	Belum bekerja
12	Laki – laki	17-22 tahun	Belum Bekerja
13	Laki – laki	35-40 tahun	PNS
14	Laki – laki	17-22 tahun	Belum Bekerja
15	Perempuan	17-22 tahun	Belum Bekerja
16	Perempuan	23-28 tahun	Lain - lain
17	Perempuan	23-28 tahun	Belum Bekerja
18	Laki – laki	23-28 tahun	PNS
19	Perempuan	23-28 tahun	Wiraswasta
20	Laki – laki	17-22 tahun	Belum Bekerja
21	Perempuan	>40 tahun	Lain – lain
22	Perempuan	17-22 tahun	Belum Bekerja
23	Laki – laki	23-28 tahun	Lain – lain
24	Perempuan	23-28 tahun	Lain – lain
25	Perempuam	23-28 tahun	Pegawai
26	Perempuan	23-28 tahun	Belum Bekerja
27	Perempuam	17-22 tahun	Belum Bekerja
28	Perempuan	17-22 tahun	Belum Bekerja
29	Perempuan	17-22 tahun	Belum Bekerja
30	Perempuan	17-22 tahun	Belum Bekerja

Lampiran 4

Kuesioner Responden

Tanggal

Data Responden

Nama Responden :

Alamat :

Jenis Kelamin : () Laki – laki () Perempuan

5) Usia anda sekarang?

- a. 17-22 tahun b. 23-28 tahun c. 29-34 tahun d. 35-40 tahun
e. >40 tahun

6) Pekerjaan Anda sekarang?

- a. Belum bekerja b. Pegawai c. Wiraswasta d. PNS
e. Lain - lain

7) Berapa kali dalam sebulan anda mengonsumsi produk Swiwings Banyuwangi ini?

- a. 1 b. 2 c. 3 d. 4
e. >5

Lampiran 5

Kuesioner Tingkat Kebutuhan

Petunjuk :

Berilah tanda lingkaran (O) pada kolom yang telah disediakan menurut tingkat kebutuhan anda terhadap produk yang terdapat di Swiwings Banyuwangi. Cukup memberikan satu jawaban untuk setiap nomor.

Keterangan :

SP : Sangat Penting

P : Penting

CP : Cukup Penting

TP : Tidak Penting

STP : Sangat Tidak Penting

No	Daftar Pernyataan	Swiwings Banyuwangi				
		SP	P	CP	TP	STP
1	Kualitas Rasa Saus	5	4	3	2	1
2	Porsi makanan dan Minuman	5	4	3	2	1
3	Kualitas Ayam	5	4	3	2	1
4	Kualitas Minuman	5	4	3	2	1
5	<i>Packaging</i> Produk	5	4	3	2	1
6	Kehigienisan Makanan dan Perlengkapannya	5	4	3	2	1
7	Harga	5	4	3	2	1

Lampiran 6

Kuesioner Tingkat Kinerja

Petunjuk :

Berilah tanda lingkaran (O) pada kolom yang telah disediakan menurut tingkat kepuasan anda terhadap kualitas kinerja produk pada Swiwings Banyuwangi. Cukup memberikan satu jawaban untuk setiap nomor.

Keterangan :

SP : Sangat Penting

P : Penting

CP : Cukup Penting

TP : Tidak Penting

STP : Sangat Tidak Penting

No	Daftar Pernyataan	Swiwing Banyuwangi				
		SP	P	CP	TP	STP
1	Kualitas Rasa Saus	5	4	3	2	1
2	Porsi makanan dan Minuman	5	4	3	2	1
3	Kualitas Ayam	5	4	3	2	1
4	Kualitas Minuman	5	4	3	2	1
5	<i>Packaging</i> Produk	5	4	3	2	1
6	Kehigienisan Makanan dan Perlengkapannya	5	4	3	2	1
7	Harga	5	4	3	2	1

Lampiran 7

Kuesioner Tingkat Kepentingan untuk Perusahaan

Petunjuk :

Berilah tanda lingkaran (O) pada kolom yang telah disediakan menurut tingkat kepentingan perusahaan terhadap pelayanan produk Swiwings Banyuwangi. Cukup memberikan satu jawaban untuk setiap nomor.

Keterangan :

STPS : Sangat Tidak Penting Sekali

STP : Sangat Tidak Penting

TP : Tidak Penting

N : Netral

P : Penting

SP : Sangat Penting

SPS : Sangat Penting Sekali

No	Daftar Pernyataan	Swiwings Banyuwangi						
		STPS	STP	TP	N	P	SP	SPS
1	Kualitas Rasa Saus	1	2	3	4	5	6	7
2	Porsi makanan dan Minuman	1	2	3	4	5	6	7
3	Kualitas Ayam	1	2	3	4	5	6	7
4	Kualitas Minuman	1	2	3	4	5	6	7
5	<i>Packaging</i> Produk	1	2	3	4	5	6	7
6	Kehigienisan Makanan dan Perlengkapannya	1	2	3	4	5	6	7
7	Harga	1	2	3	4	5	6	7

Lampiran 8

Kuesioner Poin Penjualan

Petunjuk :

Berilah tanda lingkaran (O) pada kolom yang telah disediakan menurut pengaruh perubahan atribut kualitas produk terhadap poin penjualan atau peningkatan jumlah jumlah pelanggan Swiwings Banyuwangi. Cukup memberikan satu jawaban untuk setiap nomor.

Keterangan :

TM : Tidak Menolong

CM : Cukup Menolong

SM : Sangat Menolong

No	Daftar Pernyataan	Swiwings Banyuwangi		
		TM	CM	SM
1	Kualitas Rasa Saus	1,0	1,2	1,5
2	Porsi makanan dan Minuman	1,0	1,2	1,5
3	Kualitas Ayam	1,0	1,2	1,5
4	Kualitas Minuman	1,0	1,2	1,5
5	<i>Packaging</i> Produk	1,0	1,2	1,5
6	Kehigienisan Makanan dan Perlengkapannya	1,0	1,2	1,5
7	Harga	1,0	1,2	1,5

Lampiran 9

Data Penilaian Tingkat Kebutuhan Atribut Swiwings Banyuwangi

Responden	Kualitas Rasa Saus	Porsi makanan dan Minuman	Kualitas Ayam	Kualitas Minuman	Packaging Produk	Kehigienisan Makanan dan Perlengkapannya	Harga
1	4	4	5	4	4	5	4
2	4	4	5	5	4	5	4
3	5	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4
5	4	4	5	4	4	4	4
6	4	5	5	5	4	5	5
7	5	4	5	5	4	5	5
8	5	4	4	5	5	5	4
9	4	4	5	5	4	5	5
10	5	5	5	5	5	5	5
11	5	5	5	5	5	5	5
12	5	5	4	5	5	4	5
13	4	4	5	4	4	4	4
14	4	5	5	4	5	4	4
15	5	5	5	4	4	5	4
16	5	5	5	5	5	5	4
17	5	5	4	4	4	4	5
18	5	5	5	5	5	4	5
19	4	4	5	5	5	5	4
20	4	5	4	5	4	4	5
21	5	5	5	5	5	5	4
22	5	5	5	5	5	5	5
23	5	4	5	3	3	4	4
24	5	4	4	5	5	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4
26	4	5	5	4	4	4	4
27	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	5	4	4	4	4
30	5	4	5	4	4	4	4
Total	135	133	140	136	130	133	130

Lampiran 10

Data Penilaian Tingkat Kinerja Produk Swiwings Jember

Responden	Kualitas Rasa Saus	Porsi makanan dan Minuman	Kualitas Ayam	Kualitas Minuman	Packaging Produk	Kehigienisan Makanan dan Perlengkapannya	Harga
1	4	5	5	4	3	5	4
2	5	4	5	5	4	4	4
3	5	5	5	4	4	5	4
4	5	4	5	4	3	3	5
5	5	5	5	4	3	4	4
6	4	4	5	5	3	3	5
7	4	4	5	4	4	5	4
8	4	3	5	4	4	4	5
9	4	4	5	4	4	4	4
10	5	4	5	5	3	5	4
11	5	5	5	5	4	4	4
12	5	4	5	4	3	4	4
13	4	4	5	4	4	4	4
14	5	5	5	5	4	5	4
15	4	3	5	4	3	5	5
16	5	5	5	5	5	5	5
17	4	5	5	4	4	4	4
18	5	3	5	4	4	5	5
19	5	4	4	4	4	5	5
20	4	5	5	4	4	5	5
21	4	4	4	5	3	4	5
22	5	3	5	5	3	4	5
23	5	5	4	5	4	5	5
24	5	4	5	4	4	5	5
25	4	5	4	5	3	4	4
26	4	4	5	5	5	4	4
27	5	4	5	5	4	5	5
28	5	4	5	4	4	5	4
29	4	5	5	4	4	5	5
30	5	5	5	5	4	5	4
Total	137	128	146	133	112	134	134

Lampiran 11

Hasil Perhitungan Tingkat Kebutuhan Pelanggan

Atribut Kebutuhan Pelanggan	Total Skor Kebutuhan	Jumlah Responden	Tingkat Kebutuhan Pelanggan
Kualitas Rasa Saus	135	30 Responden	4,5
Porsi Makasan dan Minuman	133		4,4
Kualitas Ayam	140		4,7
Kualitas Minuman	136		4,5
Packaging Produk	130		4,3
Kehigienisan makanan dan Perlengkapannya	133		4,4
Harga	130		4,3

Sumber : Lampiran 9

Perhitungan Nilai Tingkat Kebutuhan Pelanggan

$$TKK = \frac{\sum x}{n}$$

Keterangan :

TKK : Tingkat Kebutuhan Konsumen

 $\sum x$: Tingkat Kebutuhan Responden ke-i

n : Jumlah Responden

Lampiran 13

Hasil Perhitungan Tingkat Kepuasan Kinerja

Atribut Kebutuhan Pelanggan	Total Skor Kebutuhan	Jumlah Responden	Tingkat Kepuasan Kinerja
Kualitas Rasa Saus	137	30 Responden	4,6
Porsi Makanan dan Minuman	128		4,3
Kualitas Ayam	146		4,9
Kualitas Minuman	133		4,4
Packaging Produk	112		3,7
Kehigienisan makanan dan Perlengkapannya	134		4,5
Harga	134		4,5
Sumber : Lampiran 10			

Perhitungan Nilai Tingkat Kepuasan Kinerja

$$TKP = \frac{Ex}{n}$$

Keterangan :

TKP : Tingkat Kepuasan Kinerja

Ex : Tingkat Kebutuhan Responden ke-i

n : Jumlah Responden

Lampiran 14

Data Penentuan Masa Depan Target Kualitas Produk Swiwings Banyuwangi

Penilaian Target

Atribut Kebutuhan Konsemen	Responden Perusahaan 1	Responden Perusahaan 2	Rata-Rata	Target
Kualitas Rasa Saus	6	6	6	6
Porsi Makasan dan Minuman	2	2	2	2
Kualitas Ayam	7	7	7	7
Kualitas Minuman	5	5	5	5
Packaging Produk	1	3	2	2
Kehigienisan makanan dan Perlengkapannya	4	4	4	4
Harga	3	1	2	2

Sumber : Hasil Kuesioner

Keterangan :

1 = Sangat Tidak Penting Sekali

2 = Sangat Tidak Penting

3 = Tidak Penting

4 = Netral

5 = Penting

6 = Sangat Penting

7 = Sangat Penting Sekali

Lampiran 14

Hasil Perhitungan Rasio Perbaikan Produk Swiwings Banyuwangi

Atribut Kebutuhan Pelanggan	Nilai Target	Kinerja Produk	Rasio Perbaikan
Kualitas Rasa Saus	6	4,6	1,3
Porsi Makasan dan Minuman	2	4,3	0,47
Kualitas Ayam	7	4,9	1,43
Kualitas Minuman	5	4,4	1,14
Packaging Produk	2	3,7	0,54
Kehigienisan makanan dan Perlengkapannya	4	4,5	0,89
Harga	2	4,5	0,44

Sumber : Lampiran 12 dan Lampiran 13

Rumus Perhitungan Rasio Perbaikan :

$$\text{Rasio Perhitungan} = \frac{\text{Nilai Target}}{\text{Kinerja Produk}}$$

Lampiran 15

Data Penentuan *Sales Point* Kualitas Produk Swiwings Banyuwangi

Penilaian Sales Point				
Atribut Kebutuhan Konsumen	Responden Peusahaan 1	Responden Perusahaan 2	Rata-Rata	Sales Point
Kualitas Rasa Saus	1,5	1,5	1,5	1,5
Porsi Makasan dan Minuman	1,2	1,2	1,2	1,2
Kualitas Ayam	1,5	1,5	1,5	1,5
Kualitas Minuman	1,2	1,2	1,2	1,2
Packaging Produk	1,2	1,2	1,2	1,2
Kehigienisan makanan dan Perlengkapannya	1,5	1,5	1,5	1,5
Harga	1,2	1,2	1,2	1,2

Sumber : Hasil Kuesioner

Lampiran 16

**Data Hasil Perhitungan Skala Kebutuhan Pelanggan dan Normalisasi Skala
Kebutuhan Pelanggan Swiwings Banyuwangi**

Atribut Kebutuhan Pelanggan	Tingkat Kebutuhan Pelanggan	Rasio Perbaikan	Sales Point	Skala Kebutuhan Pelanggan	Normalisasi Skala Kebutuhan Pelanggan
Kualitas Rasa Saus	4,5	1,3	1,5	8,77	22%
Porsi Makasan dan Minuman	4,4	0,47	1,2	2,48	6%
Kualitas Ayam	4,7	1,43	1,5	10,08	26%
Kualitas Minuman	4,5	1,14	1,2	6,15	16%
Packaging Produk	4,3	0,54	1,2	2,79	7%
Kehigienisan makanan dan Perlengkapannya	4,4	0,89	1,5	5,88	15%
Harga	4,3	0,44	1,2	2,27	5%
Total				38,42	

Sumber : Lampiran 11, Lampiran 14, Lampiran 15

- Rumus Perhitungan Skala Kebutuhan Pelanggan

$$SKK = TKK \times RP \times TP$$

Keterangan :

SKK = Skala Kebutuhan Konsumen

TKK = Tingkat Kebutuhan Konsumen

RP = Rasio Perbaikan

TP = Titik Penjualan

- Rumus Perhitungan Normalisasi Skala Kebutuhan Konsumen

$$NSKK = \frac{SKK}{\text{Total SKK}} \times 100\%$$

Keterangan :

NSKK = Normalisasi Skala Kebutuhan Konsumen

SKK = Skala Kebutuhan Konsumen

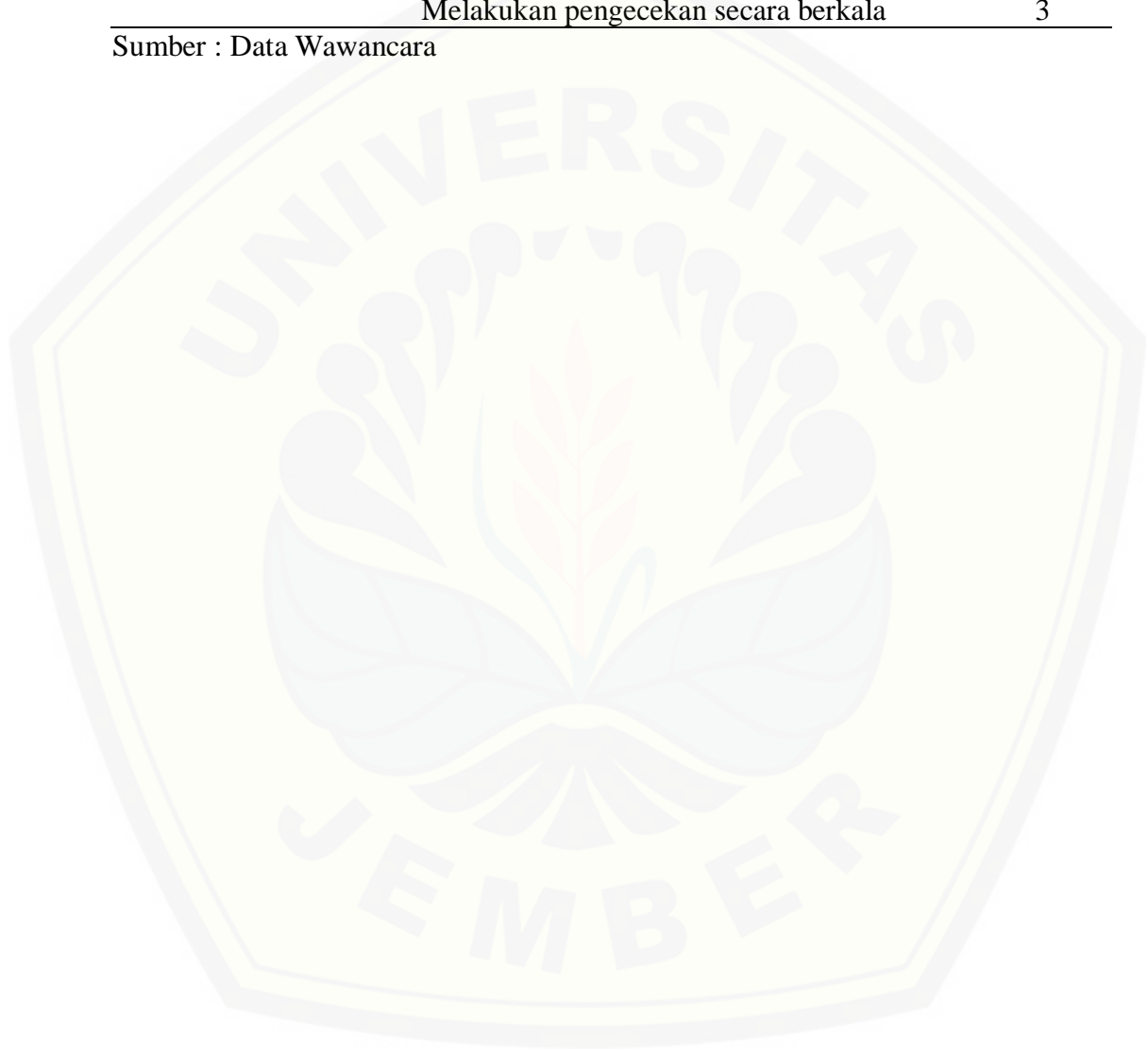
Lampiran 17

Data Skor Korelasi Kebutuhan Teknis dengan Kebutuhan Teknis Swiwings Banyuwangi

No	Atribut Kebutuhan Konsumen	Kebutuhan Teknis	Skor Korelasi
1	Kualitas Ayam	Memberikan dan melakukan pengarahan terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi	9
		Melakukan evaluasi terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi	9
		Melakukan pengecekan secara berkala	3
2	Kualitas Rasa Saus	Memberikan dan melakukan pengarahan terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi	9
		Melakukan evaluasi terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi	9
		Melakukan pengecekan secara berkala	3
3	Kualitas Minuman	Memberikan dan melakukan pengarahan terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi	3
		Melakukan evaluasi terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi	9
		Melakukan pengecekan secara berkala	3
4	Kehigienisan makanan dan Perlengkapannya	Memberikan dan melakukan pengarahan terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi	3
		Melakukan evaluasi terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi	3
		Melakukan pengecekan secara berkala	3
5	Packaging Produk	Memberikan dan melakukan pengarahan terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi	3
		Melakukan evaluasi terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi	3
		Melakukan pengecekan secara berkala	3
6	Porsi Makanan dan Minuman	Memberikan dan melakukan pengarahan terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi	3

		Melakukan evaluasi terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi	3
		Melakukan pengecekan secara berkala	3
7	Harga	Memberikan dan melakukan pengarahan terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi	3
		Melakukan evaluasi terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi	3
		Melakukan pengecekan secara berkala	3

Sumber : Data Wawancara



Lampiran 18

Data Hasil Penentuan Target dan Derajat Kebutuhan dari Kebutuhan Teknis

Kualitas Produk Swiwings Banyuwangi

Kebutuhan Teknis	Penilaian Target		Rata – rata	Target
	Responden 1	Responden 2		
Memberikan dan melakukan pengarahan terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi	4	4	4	4
Melakukan evaluasi terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi	5	5	5	5
Melakukan pengecekan secara berkala	3	3	3	3

Sumber : Hasil Olah Data Wawancara

Keterangan :

1 = Sangat Tidak Penting

2 = Tidak Penting

3 = Cukup Penting

4 = Penting

5 = Sangat Penting

Lampiran 19

Data Hasil Penentuan Target dan Derajat Kebutuhan dari Kebutuhan Teknis
Kualitas Produk Swiwings Banyuwangi

Kebutuhan Teknis	Penilaian Target			Target
	Responden 1	Responden 2	Rata-Rata	
Memberikan dan melakukan pengarahan terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi	4	3	3,5	4
Melakukan evaluasi terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi	4	5	4,5	5
Melakukan pengecekan secara berkala	2	2	2	2

Sumber : Hasil Olah Data Wawancara

Keterangan :

1 = Sangat Tidak Sulit

2 = Tidak Sulit

3 = Cukup Sulit

4 = Sulit

5 = Sangat Sulit

Lampiran 20

Data Hasil Perhitungan Skor Kebutuhan Teknis dan Skor Kebutuhan Teknis Relatif Swiwings Banyuwangi

Atribut Kebutuhan Konsumen	NSKK	Skor Korelasi	NSKK x Skor Korelasi	No	Kebutuhan Teknis	KTI	KTI Relatif	Prioritas
Kualitas Rasa Saus	22	9	198	1	Memberikan dan melakukan pengarahan terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi	579	37%	2
		9	198					
		3	66					
Porsi Makanan dan Minuman	6	3	18	2	Melakukan evaluasi terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi	675	44%	1
		3	18					
		3	18					
Kualitas Ayam	26	9	234	3	Melakukan pengecekan secara berkala	291	19%	3
		9	234					
		3	78					
Kualitas Minuman	16	3	48	3	Melakukan pengecekan secara berkala	291	19%	3
		9	144					
		3	48					

	NSKK	Skor Korelasi	NSKK x Skor Korelasi		
Packaging Produk	7	3	21		
		3	21		
		3	21	Total	
Kehigienisan makanan dan perlengkapannya	15	3	45		1.545
		3	45		
		3	45		
Harga	5	3	15		100%
		3	15		
		3	15		

Sumber : Lampiran 16 dan Lampiran 17

Lampiran 21

Data Skor Korelasi Antar Kebutuhan Teknis Kualitas Produk Swiwings Banyuwangi

Sumber : Data Wawancara

No	Kebutuhan Teknis 1	Kebutuhan Teknis 2	Nilai Korelasi
1	Memberikan dan melakukan pengarahan terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi	Melakukan evaluasi terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi	+9
2	Memberikan dan melakukan pengarahan terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi	Melakukan pengecekan secara berkala	+3
3	Melakukan evaluasi terhadap para pekerja Swiwings Banyuwangi	Melakukan pengecekan secara berkala	+3

Lampiran 22



