

**Peningkatan Kualitas AMDK dengan Pendekatan
Quality Function Deployment (QFD)
(Studi pada PT. Mandabella Aerindo)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

ISABELLA DEWI ORYZA
NIM. 12010114120077

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2019

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Isabella Dewi Oryza
Nomor Induk Mahasiswa : 12010114120077
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : **Peningkatan Kualitas AMDK dengan Pendekatan
Quality Function Deployment (QFD) (Studi pada PT.
Mandabella Aerindo)**
Dosen Pembimbing : Drs. Bambang Munas Dwiyanto, SE., MM, DipCom.

Semarang, 9 Juli 2019

Dosen Pembimbing,



(Drs. Bambang Munas Dwiyanto, SE., MM, DipCom.)

NIP. 195809061987031001

PERSETUJUAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Isabella Dewi Oryza
Nomor Induk Mahasiswa : 12010114120077
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : **Peningkatan Kualitas AMDK dengan Pendekatan
Quality Function Deployment (QFD) (Studi pada PT.
Mandabella Aerindo)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 16 Juli 2019

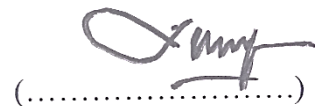
Tim Penguji:

1. Drs. Bambang Munas D., SE., MM, DipCom.



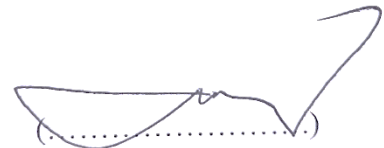
(.....)

2. Dr. Retno Hidayati, MM.



(.....)

3. Drs. Budi Sudaryanto, MT.



(.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Isabella Dewi Oryza, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Peningkatan Kualitas AMDK dengan Pendekatan *Quality Function Deployment (QFD)* (Studi pada PT. Mandabella Aerindo)**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat, atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan asli penulisnya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 9 Juli 2019



Isabella Dewi Oryza

NIM. 12010114120077

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“This being human is a guest house. Every morning a new arrival.

*A joy, a depression, a meanness, some momentary awareness comes as an
unexpected visitor.*

Welcome and entertain them all!

*Even if they’re a crowd of sorrows, who violently sweep your house empty of its
furniture, still treat each guest honorably.*

He may be clearing you out for some new delight.

*The dark thought, the shame, the malice, meet them at the door laughing, and invite
them in.*

Be grateful for whoever comes, because each has been sent as a guide from beyond.”

(Rumi)

Sebuah persembahan untuk keluarga yang selalu ada,

mengasihi, dan memberikan dukungan.

Serta orang-orang terdekat

Atas perhatian, dorongan, doa, dan motivasi

yang selalu memberikan saya kekuatan untuk menaklukan rintangan saya.

ABSTRACT

PT. Mandabella Aerindo is a company that produces and sells packaged water under a brand name ORYZ which was founded by Dody Suprihartono in 2012. The company operates in Serang and sales covers several areas in Banten. The packaged water business is a business that has many risks, one of which is the defective product. Product defects cause by the low quality of a product, which causes the company to receive a lot of returns from customers. This return problem then causes the company to lose its customers, and it will give an even worse impact to the company if it is not been handle seriously. One of ways to resolve returns is by improving the quality of a product so that it could decrease the defect level. Quality improvement is also beneficial for company to be able to provide products that meet customer expectations and demands. This research aims to analyze the priority requirements of ORYZ packaged water customers which are grouped in eight quality dimensions of Garvin measurement (performance, features, reliability, conformance, durability, serviceability, aesthetics, and perceived quality).

The number of samples in this research was chosen by purposive sampling technique and collected through questionnaire techniques. This research involved 96 respondents who are ORYZ packaged water retailers in Serang, Banten. This research also involves the assessment of PT. Mandabella Aerindo to strengthen the appraisal of its customers. The priority of customer's requirements is analyzed using the Importance-Performance Analysis (IPA) method and Quality Function Deployment (QFD).

The results of this research are discovered that "Packaged water is not easy to leak" is the customer's requirement attribute that has the highest priority based on IPA and QFD analysis (with a raw weight normalized value of 14.97%). While the attribute "Fulfilling amount of demands" is the company's technical characteristic that has the highest priority (with a value of relative weights of 14.52%).

Keywords: Packaged Water, PT. Mandabella Aerindo, Product Quality, 8 Quality Dimensions of Garvin, Quality Function Deployment, QFD.

ABSTRAK

PT. Mandabella Aerindo merupakan perusahaan yang memproduksi dan menjual AMDK dengan merek ORYZ yang didirikan oleh Dody Suprihartono pada tahun 2012. Perusahaan ini beroperasi di Serang dan penjualan mencakup beberapa daerah di Banten. Bisnis AMDK merupakan bisnis yang memiliki banyak risiko, salah satunya adalah cacat produk. Cacat produk disebabkan oleh kualitas yang rendah dari suatu produk, dimana hal ini menyebabkan perusahaan menerima banyak retur dari pelanggan. Masalah retur ini kemudian menyebabkan perusahaan kehilangan pelanggannya, dan akan memberikan dampak yang semakin buruk apabila perusahaan tidak menanganinya dengan serius. Salah satu cara untuk menangani retur adalah dengan melakukan perbaikan kualitas produk agar tingkat cacat produk menurun. Perbaikan kualitas juga bermanfaat bagi perusahaan agar dapat memberikan produk yang sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis prioritas persyaratan pelanggan AMDK ORYZ yang dikelompokkan dalam delapan dimensi pengukuran kualitas menurut Garvin, yaitu *performance*, *features*, *reliability*, *conformance*, *durability*, *serviceability*, *aesthetics*, dan *perceived quality*.

Jumlah sampel dalam penelitian ini dipilih dengan teknik *purposive sampling* dan dikumpulkan melalui teknik kuesioner. Penelitian ini melibatkan 96 responden yang merupakan toko pengecer AMDK ORYZ yang tersebar di Serang, Banten. Penelitian ini juga melibatkan penilaian dari pihak PT. Mandabella Aerindo untuk menguatkan penilaian dari pelanggan. Prioritas persyaratan pelanggan dianalisa dengan menggunakan metode *Importance-Performance Analysis* (IPA) dan *Quality Function Deployment* (QFD).

Hasil penelitian ini ditemukan bahwa “AMDK tidak mudah bocor” merupakan atribut persyaratan pelanggan yang memiliki prioritas tertinggi berdasarkan analisis IPA dan QFD (dengan nilai *normalized raw weight* 6.55%). Sementara atribut “Menerima jumlah permintaan” merupakan karakteristik teknis perusahaan yang menjadi prioritas tertinggi (dengan nilai bobot relatif 14.52%).

Kata kunci: AMDK, PT. Mandabella Aerindo, Kualitas Produk, 8 Dimensi Kualitas Garvin, *Quality Function Deployment*, QFD.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, berkah, dan karunianya yang telah diberikan kepada penulis. Kepada-Nya penulis mengucapkan banyak bersyukur atas izin-Nya penulis telah menyelesaikan skripsi dengan judul “**PENINGKATAN KUALITAS AMDK DENGAN PENDEKATAN *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)* (STUDI PADA PT. MANDABELLA AERINDO).**” Penyusunan skripsi ini dilakukan untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

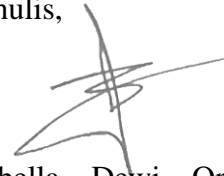
Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan ucapan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan, dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Ucapan ini ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
2. Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E., M.E., selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
3. Bapak Drs. Bambang Munas Dwiyanto, S.E., M.M., DipCom., selaku Dosen Pembimbing atas segala waktu dan ilmu yang telah dicurahkan untuk membimbing penulis selama penyusunan skripsi.

4. Bapak Drs. Budi Sudaryanto, M.T., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan selama masa perkuliahan.
5. Seluruh Jajaran Dosen dan Staf Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah menunjang perkuliahan.
6. PT. Mandabella Aerindo yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
7. Keluarga tercinta, Bapak Dody Suprihartono dan Ibu Suharwati, Mbak Paula Dewi Alamanda yang selalu memberikan dukungan.
8. Saudara-saudara terdekat di Semarang yang selalu memberikan motivasi dan dorongan.
9. Teman-teman Manajemen angkatan 2014 yang telah banyak memberikan kenangan selama empat tahun berkuliah.
10. Semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Namun, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Semarang, 9 Juli 2019
Penulis,



Isabella Dewi Oryza
NIM. 12010114120077

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktik.....	13
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II: TELAAH PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Konsep Produk Barang	15
2.1.2 Konsep Kualitas Produk Barang.....	16
2.1.2.1 Definisi Kualitas Produk Barang.....	16
2.1.2.2 Pengaruh Kualitas	17
2.1.2.3 Dimensi Kualitas Produk Barang	18
2.1.3 Fokus pada Konsumen.....	20
2.1.4 Konsep <i>Quality Function Deployment</i> (QFD).....	21
2.1.4.1 Definisi QFD.....	21
2.1.4.2 <i>House of Quality</i> (HoQ)	22
2.1.4.3 Manfaat QFD.....	25
2.2 Konsep <i>Importance-Performance Analysis</i> (IPA)	25
2.3 Penelitian Terdahulu	27
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	30
BAB III: METODE PENELITIAN	31
3.1 Dimensi Kualitas Produk	31
3.2 Difinisi Operasional Dimensi Kualitas Produk	33
3.3 Jenis dan Sumber Data	33
3.3.1 Data Primer	33
3.3.2 Data Sekunder.....	34

3.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Penentuan Ukuran Sampel	35
3.4.1	Populasi.....	35
3.4.2	Sampel.....	35
3.4.3	Teknik Penentuan Ukuran Sampel.....	35
3.5	Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.6	Teknik Pengumpulan Data	37
3.6.1	Kuesioner	37
3.6.2	Studi Pustaka.....	38
3.7	Teknik Pengolahan Data	39
3.7.1	Tabulasi Deskriptif.....	39
3.7.2	Metode <i>Quality Function Deployment</i>	39
3.7.2.1	Menyusun <i>Customer Requirements (What)</i>	40
3.7.2.2	Mengembangkan <i>Planning Matrix</i>	41
BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Deskripsi Perusahaan	54
4.1.1	Sejarah Perkembangan Perusahaan	54
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	55
4.1.2.1	Visi	55
4.1.2.2	Misi.....	55
4.1.3	Produk Perusahaan	56
4.2	Aspek Penelitian Kompetitif	56
4.2.1	Deskripsi Kompetitor	56
4.2.2	Alasan Berkompetisi	57
4.3	Deskripsi Responden.....	57
4.2.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.2.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	58
4.2.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	58
4.2.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Tiap Bulan	59
4.2.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menjual Produk.....	59
4.4	Penerapan <i>Quality Function Deployment</i>	60
4.3.1	Menyusun Atribut Persyaratan Pelanggan (<i>Customer Requirement</i>) ...	60
4.3.2	Mengembangkan Matriks Perencanaan (<i>Planning Matrix</i>)	62
4.3.2.1	Nilai Kepentingan Pelanggan (<i>Importance to Customer</i>)	62
4.3.2.2	Kinerja Kepuasan Pelanggan.....	64
4.3.2.3	Kinerja Kompetitif dan Nilai Target	67
4.3.2.4	Rasio Kenaikan	69
4.3.2.5	Poin Penjualan.....	71
4.3.2.6	<i>Raw Weight</i> dan <i>Normalized Raw Weight</i>	72
4.3.2.7	Prioritas Atribut Persyaratan Pelanggan	74
4.3.2.8	Menyusun Diagram IPA.....	75
4.3.3	Menyusun Atribut Karakteristik Teknis (<i>Technical Responses</i>)	77
4.3.4	Mengembangkan Matriks Hubungan (<i>Relationship Matrix</i>)	79

4.3.5	Mengembangkan Matriks Korelasi Teknis	81
4.3.6	Mengembangkan Matriks Teknis (<i>Technical Matrix</i>)	82
4.3.6.1	Tingkat Kesulitan Perusahaan.....	82
4.3.6.2	Nilai Target Teknis.....	83
4.3.6.3	<i>Benchmark</i> Teknis.....	85
4.3.6.4	Bobot Absolut dan Bobot Relatif	86
4.3.6.5	Prioritas Atribut Karakteristik Teknis	86
4.3.7	Menyusun <i>House of Quality</i> Secara Lengkap.....	87
BAB V: PENUTUP	90
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Keunggulan dan Keterbatasan Penelitian.....	91
5.2.1	Keunggulan Penelitian	91
5.2.2	Keterbatasan Penelitian.....	91
5.3	Saran.....	93
5.3.1	Implikasi Kebijakan	93
5.3.2	Solusi Perbaikan.....	95
5.3.2.1	Prioritas Pertama Atribut Persyaratan Pelanggan	95
5.3.2.2	Prioritas Pertama Atribut Karakteristik Teknis	97
5.3.3	Saran Peneliti Mendatang	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN-LAMPIRAN	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Retur Produk AMDK ORYZ Tahun 2016	3
Tabel 1.2 Data Retur Produk AMDK ORYZ Tahun 2017	4
Tabel 1.3 Data Persebaran Pelanggan Toko Grosir yang Melakukan Retur AMDK ORYZ Bulan Januari 2018.....	8
Tabel 2.1 Daftar Penelitian Terdahulu	28
Tabel 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	30
Tabel 3.1 Dimensi Kualitas Produk dan Atribut Persyaratan Pelanggan	32
Tabel 3.2 Definisi Operasional Dimensi.....	33
Tabel 3.3 Jenis dan Sumber Data.....	34
Tabel 4.1 Persebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Persebaran Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.3 Persebaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	59
Tabel 4.4 Persebaran Responden Berdasarkan Pendapatan Tiap Bulan	59
Tabel 4.5 Persebaran Lama Toko Pengecer Menjual Produk AMDK ORYZ.....	60
Tabel 4.6 Atribut Persyaratan Pelanggan.....	61
Tabel 4.7 Nilai Kepentingan Pelanggan	62
Tabel 4.8 Kinerja Kepuasan Pelanggan	65
Tabel 4.9 Penilaian Kinerja Kompetitif	68
Tabel 4.10 Rasio Kenaikan	70
Tabel 4.11 Poin Penjualan	71
Tabel 4.12 <i>Raw Weight</i> dan <i>Normalized Raw Weight</i>	73
Tabel 4.13 Matriks Perencanaan Persyaratan Pelanggan AMDK ORYZ	74
Tabel 4.14 Atribut Karakteristik Teknis AMDK ORYZ	78
Tabel 4.15 Matriks Hubungan AMDK ORYZ	80
Tabel 4.16 Matriks Korelasi Teknis AMDK ORYZ.....	81
Tabel 4.17 Tingkat Kesulitan Perusahaan.....	83
Tabel 4.18 Nilai Target Atribut Teknis AMDK ORYZ	84
Tabel 4.19 <i>Benchmark</i> Teknis AMDK ORYZ	85
Tabel 4.20 Bobot Absolut dan Bobot Relatif Atribut Karakteristik Teknis AMDK ORYZ.....	86
Tabel 4.21 Matriks Teknis AMDK ORYZ.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Retur Produk AMDK ORYZ Tahun 2016-2017.....	5
Gambar 1.2 Hasil Evaluasi Toko Grosir AMDK ORYZ.....	6
Gambar 1.3 Hasil Wawancara Studi Pendahuluan	9
Gambar 2.1 Matriks <i>House of Quality</i>	23
Gambar 2.2 Simbol-simbol dalam HoQ	24
Gambar 2.3 Diagram IPA	26
Gambar 3.1 Daftar <i>Customer Requirements</i>	40
Gambar 3.2 <i>Planning Matrix</i>	41
Gambar 3.3 Daftar <i>Technical Response</i>	46
Gambar 3.4 Matriks Hubungan <i>Customer Requirements</i> dan <i>Technical Responses</i> ..	48
Gambar 3.5 Matriks <i>Technical Correlation</i>	49
Gambar 3.6 <i>Technical Matrix</i>	50
Gambar 3.7 <i>House of Quality</i>	53
Gambar 4.1 AMDK ORYZ Kemasan Cup 220 ml dan Botol 600 ml.....	56
Gambar 4.2 Diagram IPA Atribut Persyaratan AMDK ORYZ.....	75
Gambar 4.3 <i>House of Quality</i> AMDK ORYZ	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Panduan Wawancara Tahap Studi Pendahuluan	104
Lampiran B Hasil Wawancara Studi Pendahuluan	107
Lampiran C Atribut Karakteristik Teknis	111
Lampiran D Kuesioner Penelitian Kepada Toko Pengecer Tahap Penyusunan <i>Planning Matrix</i>	114
Lampiran E Hasil Kuesioner Penelitian Kepada Toko Pengecer Tahap Penyusunan <i>Planning Matrix</i>	120
Lampiran F Kuesioner Penelitian Kepada Pemilik Perusahaan Tahap Penyusunan <i>Planning Matrix, Relationship Matrix, Technical Correlation Matrix, dan Technical Matrix</i>	130
Lampiran G Dokumentasi Pengumpulan Data	143

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Air Minum dalam Kemasan (AMDK) merupakan satu dari berbagai macam kebutuhan primer yang perlu dipenuhi oleh konsumen untuk kebutuhan konsumsi kesehariannya. Berdasarkan Badan Standarisasi Nasional Indonesia (SNI) 01-3553-2006, definisi air minum dalam kemasan adalah air baku yang telah diproses, dikemas, dan aman diminum mencakup air mineral dan air demineral. Perusahaan bidang AMDK di Indonesia memberikan kontribusi yang baik untuk memenuhi konsumsi air minum masyarakat, terutama masyarakat perkotaan seperti di wilayah ibukota serta kota-kota besar lainnya yang mulai sulit untuk mengolah air minum sendiri. Ketersediaan air minum di Indonesia semakin terbatas karena banyaknya limbah hasil samping industri yang mencemari sumber air sehingga kondisi ini menjadikan AMDK sebagai salah satu alternatif yang dipilih oleh masyarakat untuk memenuhi konsumsi air minum (<http://baristandmanado.kemenperin.go.id>).

Adapun syarat dalam pengolahan bahan baku air minum untuk memproduksi AMDK. Menurut Sutrisno dan Suciastuti (2002), terdapat enam persyaratan fisik yang harus dipenuhi suatu perusahaan pengolah air minum agar mendapatkan izin. Persyaratan tersebut yakni pengolahan dan produksi air dengan atribut suhu, warna, rasa, bau, kekeruhan, dan *Total Dissolved Solid* (TDS) sesuai standar. Persyaratan tersebut juga merupakan persyaratan yang ditetapkan oleh Permenkes No. 492/201

dan SNI 3553:2015 (Sri Agustini, 2017). Apabila AMDK tidak memenuhi seluruh atribut dari persyaratan tersebut, maka AMDK dinyatakan belum layak dan dinyatakan sebagai produk cacat bahan baku air. Selain bahan baku air, cacat lain yang dialami oleh AMDK adalah cacat bahan baku kemasan. Dalam penelitian analisis kecacatan produk AMDK yang disusun oleh Fetriadi, Djunaidi, dan Chodariyanti (2010), cacat bahan baku kemasan meliputi cup bocor, lid miring, volume air kurang/lebih, dan dos penyok.

Dari keseluruhan atribut tersebut, PT. Mandabella Aerindo yang merupakan objek dari penelitian ini, masih mengalami beberapa dari cacat-cacat tersebut, baik dari segi cacat bahan baku air maupun cacat bahan baku kemasan.

PT. Mandabella Aerindo adalah perusahaan yang memproduksi AMDK bermerek ORYZ yang sudah beroperasi sejak tahun 2012 dan juga mendistribusikan produknya ke beberapa daerah di Banten. Selama berjalannya distribusi AMDK ORYZ, perusahaan masih menemukan pelanggan yang merasa tidak puas menggunakan ORYZ akibat ditemukannya ketidak-sesuaian kualitas berupa cacat produk AMDK. Hal ini mengakibatkan perusahaan harus menerima dan menangani retur dari pelanggan.

Retur merupakan kerugian bagi perusahaan karena timbulnya penambahan biaya produksi ulang serta pemakaian waktu yang kurang efisien. Akan tetapi dalam bisnis AMDK, cacat produk dan retur itu merupakan hal yang tidak dapat dihindari karena kondisi produk tidak dapat 100% sempurna (Fetriadi, Djunaidi, dan

Chodariyanti, 2010). Maka dari itu, PT. Mandabella Aerindo menetapkan angka 2% berdasarkan perhitungan HPP sebagai batas retur maksimal dalam sebulan. Berikut ini adalah Tabel 1.1 dan 1.2 yang berisi jumlah retur dari produk AMDK ORYZ periode tahun 2016-2017.

Tabel 1.1
Data Retur Produk AMDK ORYZ Tahun 2016

SATUAN: DOS (isi 48 cup 220 ml AMDK)

Bulan	Produksi	Retur	%
Januari	152,821	2,853	1.87
Februari	138,936	2,746	1.98
Maret	154,986	2,634	1.70
April	136,735	2,584	1.89
Mei	114,912	2,287	1.99
Juni	83,283	1,674	2.01
Juli	162,058	3,023	1.87
Agustus	178,620	3,668	2.05
September	163,560	3,319	2.03
Oktober	178,802	3,741	2.09
November	178,178	3,695	2.07
Desember	161,880	3,423	2.11

Sumber: Data Primer (2019)

Tabel 1.2
Data Retur Produk AMDK ORYZ Tahun 2017

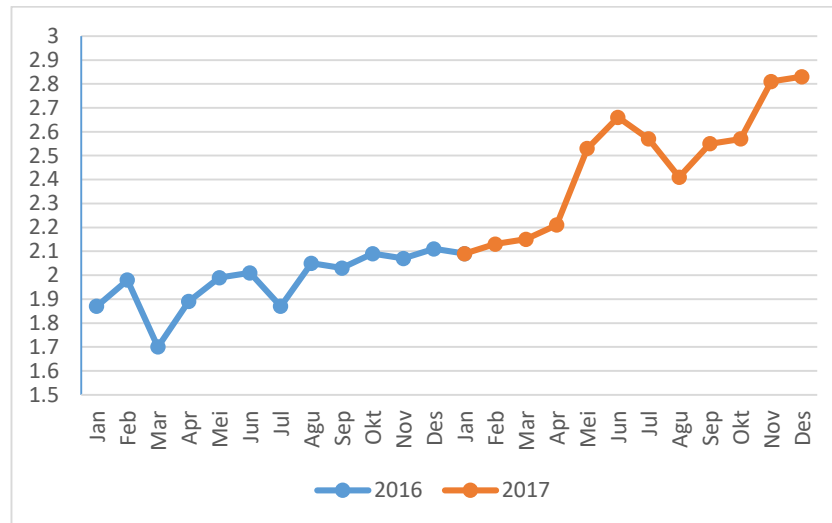
SATUAN: DOS (isi 48 cup 220 ml AMDK)

Bulan	Produksi	Retur	%
Januari	164,399	3,441	2.09
Februari	127,068	2,706	2.13
Maret	163,085	3,512	2.15
April	147,247	3,257	2.21
Mei	121,005	3,058	2.53
Juni	121,386	3,225	2.66
Juli	92,106	2,366	2.57
Agustus	169,831	4,091	2.41
September	177,402	4,519	2.55
Oktober	180,430	4,629	2.57
November	170,298	4,783	2.81
Desember	159,437	4,517	2.83

Sumber: Data Primer (2019)

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa setiap bulannya produk ORYZ 220 ml yang direturkan ke PT. Mandabella Aerindo memiliki rata-rata persentase retur di atas 2% dan bahkan di akhir tahun 2017, persentasenya mendekati 3%. Data tersebut dapat dilihat dengan diagram garis pada Gambar 1.1 berdasarkan tingkat persentase retur setiap bulannya dari tahun 2016-2017.

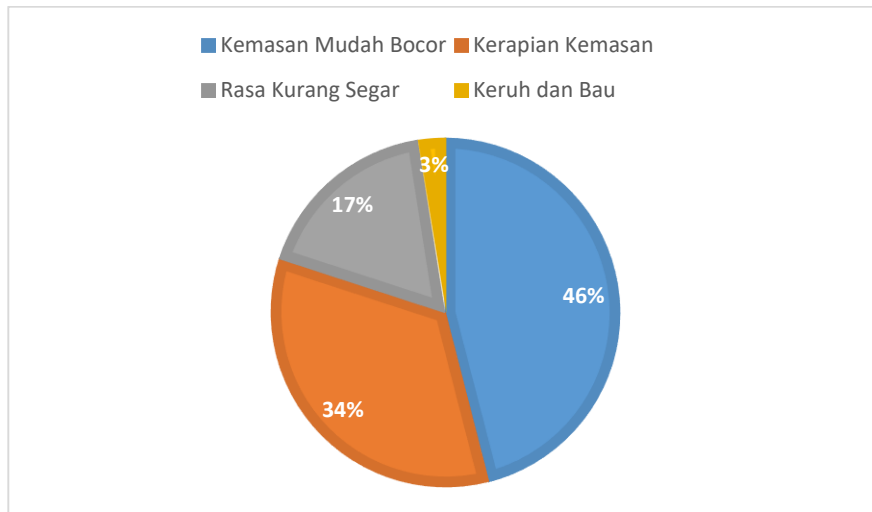
Gambar 1.1
Persentase Retur Produk AMDK ORYZ Tahun 2016-2017



Sumber: Data Primer (2019)

Retur yang dialami PT. Mandabella Aerindo terbilang konsisten dan terus meningkat, sehingga perusahaan harus membuat evaluasi dengan pelanggan guna menemukan permasalahan dari terjadinya retur-retur tersebut. Evaluasi tersebut dilakukan dengan toko-toko grosir pelanggan AMDK ORYZ selama bulan Januari 2018, dan terkumpul sebanyak 200 pelanggan toko yang menyatakan keluhannya sebagai sampel. Hasil dari evaluasi tersebut dapat dilihat dengan diagram pie pada Gambar 1.2 berikut ini:

Gambar 1.2
Hasil Evaluasi Toko Grosir AMDK ORYZ



Sumber: Data Primer (2019)

Dapat diketahui bahwa keluhan terbesar sebanyak 92 (46%) pelanggan mengeluhkan kemasan cup yang mudah bocor, di posisi kedua sebanyak 68 (34%) pelanggan mempermasalahkan kerapian pada pengemasan, di posisi ketiga sebanyak 35 (17%) pelanggan mengeluhkan rasa air minum yang kurang segar, dan sisanya sebanyak 5 (3%) pelanggan mempersoalkan air minum yang keruh dan bau. Dari keluhan 200 pelanggan tersebut, sebanyak 24 pelanggan memilih untuk mereturkan produk AMDK kembali ke toko, dan sebanyak 17 pelanggan memilih untuk mengganti merek AMDK dipembelian selanjutnya. Berdasarkan data evaluasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa retur-retur yang dialami AMDK ORYZ semuanya dikarenakan cacat produk. 80% merupakan cacat bahan baku kemasan, sedangkan 20% merupakan cacat bahan baku air.

Berdasarkan pernyataan toko, 24 pelanggan yang memilih untuk mereturkan barang mengeluhkan pelayanan PT. Mandabella Aerindo dalam menangani retur yang lama. Beberapa dari toko grosir pun tidak bisa melayani retur dari pelanggannya karena ketersediaan AMDK ORYZ yang sangat terbatas. Selain itu, toko-toko grosir banyak yang menyayangkan ke perusahaan karena tidak dapat memenuhi jumlah permintaan toko. Hal ini diklarifikasi oleh perusahaan dan perusahaan mengakui belum dapat melebihi jumlah produksi akibat keterbatasan kapasitas mesin.

Kemudian untuk 17 pelanggan yang beralih merek, berdasarkan pernyataan toko, pelanggan-pelanggan tersebut mengatakan bahwa mereka memilih AMDK merek lain yang memiliki kelebihan dari ORYZ. 16 pelanggan mengatakan bahwa mereka beralih ke AMDK merek lain yang memiliki kualitas lebih baik, dan 1 pelanggan mengatakan bahwa ia menemukan dan beralih ke AMDK merek lain yang memiliki harga lebih murah.

Dari semua toko-toko grosir yang dievaluasi, hampir seluruhnya menyatakan bahwa pihak yang paling banyak melakukan retur adalah toko-toko pengecer. Sebagian lainnya yang melakukan retur dengan skala kecil adalah konsumen-konsumen biasa yang jumlah pembeliannya cukup besar dari konsumen lain pada umumnya. Pada Tabel 1.3 berikut adalah data persebaran pelanggan toko yang melakukan retur.

Tabel 1.3
Data Persebaran Pelanggan Toko Grosir yang Melakukan Retur AMDK ORYZ
Bulan Januari 2018

	Toko Pengecer	Konsumen Pembelian Besar	Konsumen Pembelian Kecil
Grosir 1	9	0	0
Grosir 2	7	1	0
Grosir 3	11	2	0
Grosir 4	10	1	0
Grosir 5	5	1	0
Grosir 6	8	0	0
Grosir 7	6	0	0
Grosir 8	12	2	0
Jumlah	68	7	0
Persentase	91%	9%	0%

Sumber: Data Primer (2019)

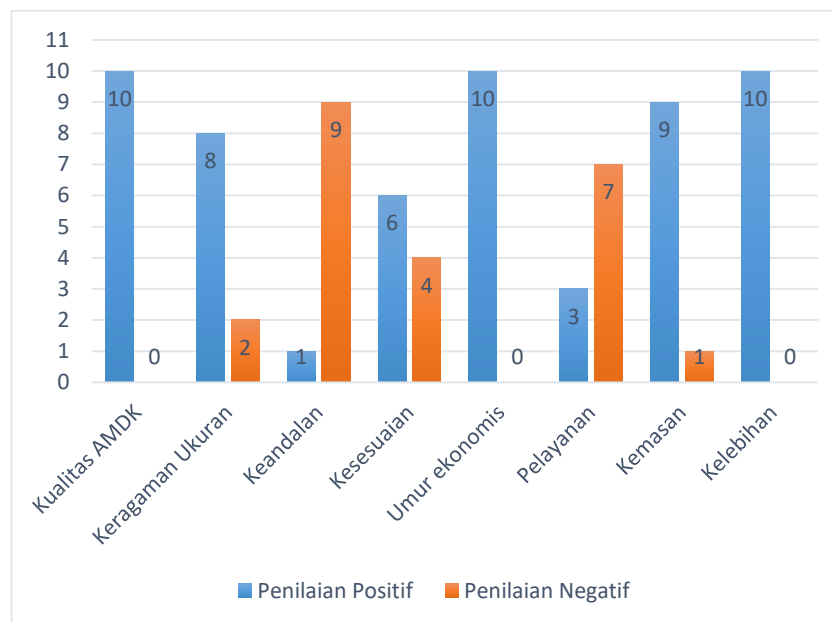
Berdasarkan data tersebut, dapat diketahui bahwa pihak toko pengecer dari semua pelanggan toko-toko grosir merupakan pihak yang paling banyak memperlakukan kualitas produk, sehingga kebanyakan dari mereka melakukan retur dibandingkan dengan pelanggan lainnya. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa toko-toko pengecer tersebut lebih peka terhadap kualitas produk AMDK ORYZ dibandingkan konsumen lainnya, sehingga dibutuhkan masukan *voice of customer* dari toko pengecer agar dapat meningkatkan kualitas AMDK ORYZ.

Menurut L.L. Bean, Freeport, Maine (dalam Gaspersz, 2005) perusahaan adalah pihak yang bersifat dependen terhadap pelanggan, sehingga perusahaan harus dapat mengukur sudut pandang pelanggan agar dapat terus memuaskan dan menjaga loyalitas pelanggannya. Untuk itu dilakukan studi pendahuluan dengan melakukan wawancara terhadap toko pengecer AMDK ORYZ dengan menggunakan sudut

pandang pelanggan. Menurut Garvin (dalam Gaspersz, 2003: 119) terdapat delapan dimensi untuk mengukur kualitas produk barang yaitu berupa atribut kinerja (*performance*), keragaman produk (*features*), keandalan (*reliability*), kesesuaian (*conformance*), ketahanan (*durability*), kemampuan pelayanan (*serviceability*), estetika (*aesthetics*), dan kualitas yang dirasakan (*perceived quality*).

Hasil wawancara studi pendahuluan yang tersaji dalam Lampiran B menunjukkan penilaian responden terhadap kualitas produk AMDK ORYZ. Penilaian-penilaian tersebut akan tersaji dalam diagram balok pada Gambar 1.3 berikut ini:

Gambar 1.3
Hasil Wawancara Studi Pendahuluan



Sumber: Data Primer (2018)

Dari sepuluh orang responden, semuanya menyatakan bahwa fungsi dasar dari AMDK ORYZ sudah baik. Sementara itu, dua dari sepuluh responden menyayangkan AMDK yang ukurannya kurang beragam. Dari sisi keandalan, sembilan dari sepuluh

responden mengeluhkan AMDK yang mudah bocor dan tidak tahan disimpan lama. Dari sisi kesesuaian, empat dari sepuluh responden mengeluhkan AMDK yang tampilannya tidak sempurna dan ada kurang-sesuaian terhadap produk. Dari sisi umur ekonomis produk, semua responden sudah puas dengan produk ini. Dari sisi layanan, tujuh dari sepuluh responden mengeluhkan pelayanan dari produk yakni kurang banyaknya ketersediaan produk dan lambatnya pelayanan retur. Dari sisi kemasan, satu dari sepuluh responden mempermasalahkan desain yang tidak standar. Dan dari sisi kelebihan, semua responden sudah terpuaskan, dengan sebagian mengatakan harga produk yang murah dan terjangkau, dan juga kualitas air dari AMDK yang diatas standar.

Hasil dari studi pendahuluan ini selanjutnya akan menentukan Atribut Persyaratan Pelanggan dari AMDK ORYZ yang akan dianalisa lebih dalam melalui metode *Quality Function Deployment* (QFD). Metode QFD akan digunakan dalam proses penelitian lebih lanjut untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan. Tujuan dari penggunaan metode QFD adalah untuk menghasilkan standar kualitas yang diinginkan pelanggan, dan untuk mengetahui ekspektasi lebih dari pelanggan terhadap suatu produk agar dapat menciptakan produk yang lebih unggul (Mehrjerdi, 2010). Menurut Sahney, Banwet, dan Karunes (2003), QFD menawarkan pendekatan terstruktur untuk mengintegrasikan persyaratan pelanggan dengan spesifikasi produk dan desain layanan, melalui penggunaan grafik dan matriks.

Dengan begitu melalui analisa QFD, penelitian ini akan memberikan hasil yang bersangkutan dengan kualitas dan harapan pelanggan atas produk AMDK ORYZ. Dari hasil tersebut akan ditemukan solusi untuk mengatasi masalah retur perusahaan dengan harapan dapat menstabilkan persentase retur di angka 2%, atau bahkan menekannya serendah mungkin. Hasil lain yang akan didapat yakni menemukan berbagai atribut lain yang perlu diprioritaskan oleh perusahaan guna meningkatkan kualitas AMDK ORYZ secara keseluruhan, agar dapat mengungguli kompetitor-kompetitornya di pasar.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang dialami oleh PT. Mandabella Aerindo, diperlukan penelitian yang lebih mendalam mengenai **“Peningkatan Kualitas AMDK dengan Pendekatan *Quality Function Deployment* (QFD) (Studi pada PT. Mandabella Aerindo)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan di atas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persyaratan pelanggan (apa saja harapan yang dimiliki pelanggan) dapat didengarkan oleh PT. Mandabella Aerindo untuk meningkatkan kualitas produk AMDK ORYZ?
2. Bagaimana atribut teknik (apa saja kemampuan perusahaan) dapat memenuhi persyaratan pelanggan untuk meningkatkan kualitas produk AMDK ORYZ?

3. Bagaimana penerapan *Quality Function Deployment* (QFD) untuk meningkatkan kualitas produk AMDK ORYZ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan di atas maka pada penelitian ini tujuan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis karakteristik persyaratan pelanggan untuk meningkatkan kualitas produk AMDK ORYZ.
2. Menganalisis karakteristik atribut teknik untuk meningkatkan kualitas produk AMDK ORYZ.
3. Menganalisis penerapan *Quality Function Deployment* (QFD) untuk meningkatkan kualitas produk AMDK ORYZ.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian ini adalah:

- a. Memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu manajemen operasional, terutama memberikan penjelasan tentang penerapan *Quality Function Deployment* (QFD) untuk meningkatkan kualitas produk suatu perusahaan.
- b. Menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya melalui model teoritikal dan model empirik yang belum dapat diuji.

1.4.2 Manfaat Praktik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran serta pengetahuan manajemen di bidang AMDK sebagai bidang bisnis yang dijalankan oleh PT. Mandabella Aerindo. Khususnya dalam peningkatan kualitas produk menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD), sehingga PT. Mandabella Aerindo dapat memproduksi AMDK yang lebih berkualitas dan memenangkan persaingan di dalam bisnis AMDK.

1.5 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini disajikan gambaran secara garis besar mengenai apa yang akan dibahas dalam penelitian ini. Pembagian dan uraian dari setiap bab adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembahasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bagian ini akan dijelaskan mengenai teori-teori yang mendukung penelitian yang akan digunakan dalam membahas permasalahan dan kerangka penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode pengambilan sampel, metode analisis data, serta variabel penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Isi dari bab ini adalah hasil penelitian dan pembahasan mengenai penerapan *Quality Function Deployment* dalam usaha mencari solusi atas permasalahan yang dialami perusahaan serta meningkatkan kualitas produk AMDK ORYZ PT. Mandabella Aerindo.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan dan keterbatasan penelitian. Serta saran bagi peneliti selanjutnya di masa depan.