

BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di PT Uyemura Indonesia bertujuan untuk Mengidentifikasi spesifikasi kualitas produk yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen serta Mengkaji penerapan Metode *Quality Function Deployment* (QFD) dalam meningkatkan pelayanan pemasaran yang dilakukan oleh PT Uyemura Indonesia Tahap ini merupakan tahap awal dari penelitian yang disusun lalu disesuaikan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian pada bab sebelumnya. Langkah-langkah tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada departement *Quality Assurance & Marketing* dimana penelitian tersebut melihat pelayanan serta pemasaran produk hasil elektroplating plastik di PT Uyemura Indonesia disertai dengan data-data spesifikasi dari *Customer*

3.2 Peralatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan bantuan data responden konsumen serta menggunakan *House Of Quality* untuk penganalisaannya

3.3 Jenis Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara kualitatif dimana suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang dilakukan melalui 4 tahapan yang sistematis yaitu :

1. Tahap 1 : Identifikasi Masalah
2. Tahap 2 : Study Pustaka, Pengumpulan dan pengolahan data
3. Tahap 3 : Tahap Analisis
4. Tahap 4 : Tahap Kesimpulan dan Saran

Untuk Kejelasan tahapan alur penelitian secara umum dapat dilihat pada Gambar 3.1

3.3.1 Identifikasi Masalah

Tahap ini merupakan tahapan awal proses penelitian, Langkah – langkah pada tahap identifikasi masalah ini yakni sebagai berikut :

1. Observasi dan identifikasi masalah

Pada tahap ini dilakukan dimana penentuan tempat penelitian, deskripsi tentang perusahaan terkait, alur proses produksi serta permasalahan yang terjadi di dalam proses produksi yang terjadi. Biasanya, dilakukan dengan cara mengumpulkan data kualitatif bisa melalui beberapa teknik seperti observasi, seperti wawancara dan membuat dokumentasi. Pada identifikasi ini dilakukan proses penentuan ide yang salah satunya dapat dilakukan melalui proses diskusi dengan pihak perusahaan terkait masalah yang sering terjadi di perusahaan tersebut yang akan dijadikan sebagai obyek penelitian..

2. Studi Pustaka

Studi pustaka dalam sebuah penelitian untuk mendapatkan gambaran yang menyeluruh tentang penelitian sebelumnya apakah masalah yang ditemukan di perusahaan ini sudah pernah ada atau memang permasalahan yang ditemukan tersebut baru terjadi, sudahkah menjelaskan permasalahan yang harus diselesaikan dengan riset yang baru dan apakah metode yang dipilih akan membantu untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.

3. Pengumpulan Data

Pada Tahap ini data dibagi dua yakni menjadi data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang didapatkan melalui penyebaran kuisisioner kepada departemen yang bersangkutan dalam proses produksi, selain itu bisa juga didapatkan dari pengamatan langsung, wawancara dan Melihat langsung seperti dokumentasi proses produksi. Sedangkan untuk data sekunder meliputi data sejarah perusahaan, data jumlah tenaga kerja dan alur proses produksi. Hasil dari pengumpulan data primer dan sekunder didapatkan untuk perbaikan proses produksi sebagai berikut :

Data Primer :

1. Dokumentasi Aliran Proses produksi
2. Aliran proses operasional produksi sampai menjadi produk barang jadi yang siap dikirim ke *customer*.
3. Data keinginan dan kebutuhan dari konsumen meliputi standar ketebalan, ketahanan, serta daya lekat hasil elektroplating plastik

Data sekunder :

1. Aliran informasi produksi
2. Standar JIS *part* produksi
3. Responden kuisioner dari konsumen
4. List *Customer* PT Uyemura Indonesia

5. Populasi dan Sampel

A. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007). Dalam hal ini populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah *Customer* PT Uyemura Indonesia yang sudah bekerjasama sebelumnya

B. Sampel

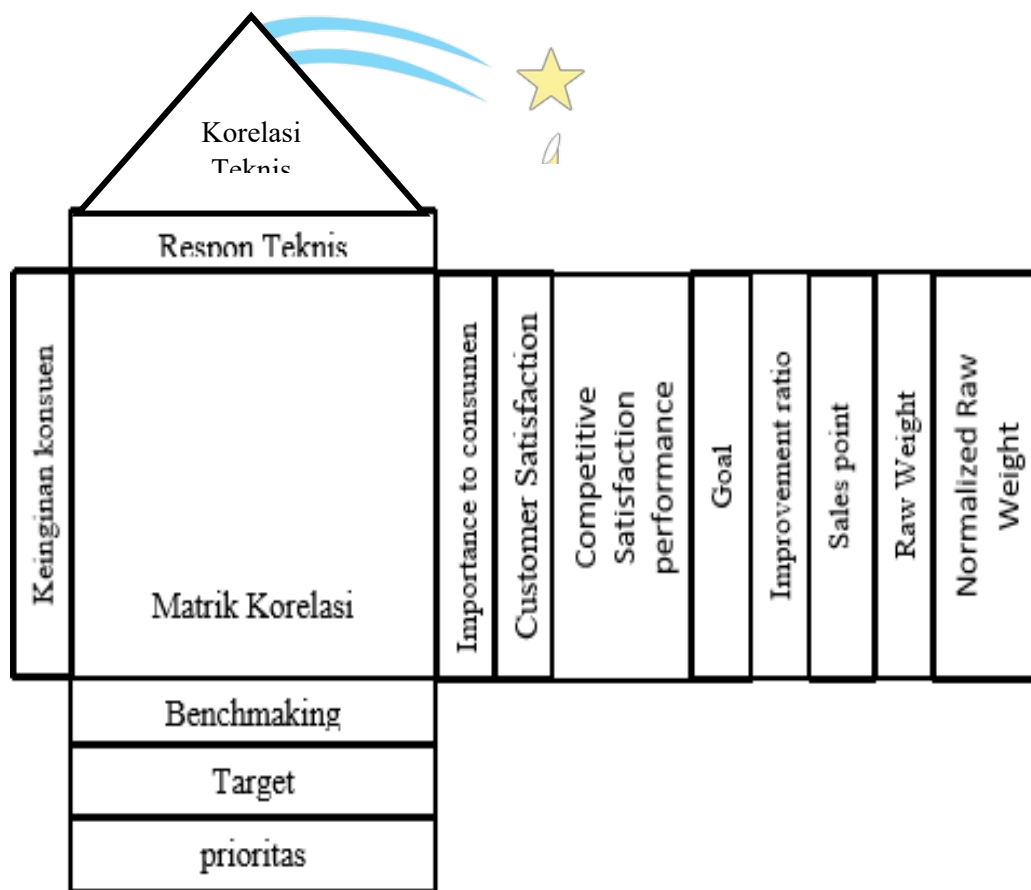
Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012: 91). Bila populasi besar, sehingga peneliti tidak dapat menganalisis semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatasan , waktu dan tenaga, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative

(mewakili). Adapun penentuan sampel didasarkan atas kriteria oleh subyek agar dapat diikutsertakan sebagai sumber data dalam penelitian. Sampel dari penelitian ini adalah lembar Responden dari konsumen, serta menentukan untuk bersarnya sampel yang diambil ialah menggunakan cara Teknik sampling *Snowball*

sampling. Menurut Sugiyono (2016) bahwa: “teknik sampling *Snowball Sampling* teknik pengambilan sampel sumber data yang awalnya sedikit namun lama-lama menjadi besar, *Snowball sampling* merupakan teknik multi tahap, dimulai dari sedikit orang kemudian membesar sehubungan dengan pergerakan penelitian. serta total keseluruhan sampel sebanyak 26 orang

7. Pembahasan

Dari sampel yang didapat selanjutnya akan melalui tahap perencanaan produk dimana akan dibuat matrix kualitas (*House Of Quality*) dimana pada tahap tersebut akan menjadi tahap awal apa yang diinginkan oleh para *Customer* sebagai wadah input dan juga awalan dari tahap proses perencanaan produksi



Gambar 3.1 HOQ (*House Of Quality*)

Pada bagian dari QFD terdapat *House of Quality* (HOQ). Matriks ini mendeskripsikan proses dasar dalam QFD, yaitu mempertemukan kebutuhan pelanggan (*what*) dengan pertimbangan persyaratan teknis (*how*) (Franceschini,

2002). Purba (2008) menyatakan bahwa struktur bagan QFD memiliki kemiripan dengan kerangka rumah. HOQ memiliki beberapa sub-matriks yang dapat terhubung dalam beberapa cara, masing-masing memiliki informasi yang saling berhubungan. Matrik tersebut merupakan alat pembantu praktisi QFD yang dapat memprioritaskan ulang atribut konsumen (Tan and Shen, 2000). Setelah ditentukan data tentang atribut-atribut dari permasalahan, maka disusun matrik perencanaan yang berisi tentang informasi penting, yaitu : kebutuhan dan keinginan *Customer*, Matriks Perencanaan, Karakteristik teknis, hubungan karakteristik teknis terhadap kebutuhan konsumen, korelasi respon teknis, matriks teknis serta target dan prioritas

A. Kebutuhan dan keinginan konsumen

Pada bagian ini terdiri dari sejumlah kebutuhan dan keinginan konsumen yang diperoleh dari penelitian pasar.

B. Matriks Perencanaan

Pada bagian ini terdiri dari beberapa informasi antara lain:

1. Tingkat Kepentingan (*Importance To Customer*)

Menyatakan seberapa besar tingkat kepentingan yang menurut konsumen dan perusahaan dianggap penting.

2. Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction performance*)

Merupakan suatu penilaian dari konsumen tentang seberapa baik kualitas yang dihasilkan serta pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap konsumen. Ketidakpuasan dapat didefinisikan sebagai sikap atau responsive keseluruhan konsumen terhadap suatu barang atau jasa setelah mereka dapat dan menggunakannya (Kristianto et al., 2012)

3. *Competitive Satisfaction Performance*

Merupakan penilaian kepuasan yang dihasilkan oleh perusahaan pesaing yang kemudian dibandingkan dengan kepuasan yang dihasilkan perusahaan peneliti.

4. *Goal*

Menyatakan seberapa besar tingkat kinerja kepuasan yang diharapkan dapat dicapai oleh perusahaan, untuk memenuhi setiap kebutuhan dan keinginan konsumennya..

5. *Improvement Ratio*

Merupakan suatu ukuran seberapa besar *improvement* atau pengembangan yang harus dilakukan oleh pihak perusahaan dalam usaha meningkatkan kualitas produknya. Semakin tinggi nilai *Improvement Ratio*, semakin keras usaha yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya. Diperoleh dari perbandingan antara tingkat performansi yang dapat dicapai (*goal*) dengan tingkat performansi yang dirasakan pada saat ini.

6. *Sales Point*

Mengubah kemampuan perusahaan untuk memenuhi atribut yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen, Dalam menentukan *sales point* ini berdasarkan pada nilai tingkat kepentingan atau *Importance To Customer*.

7. *Raw Weight* dan *Normalized*

Raw Weight dan *Normalized Raw Weight* Merupakan bagian dari akhir dari keseluruhan teknik yang dirancang dalam HOQ (*House Of Quality*) pada tahap ini berisi perhitungan dari data dan keputusan yang dibuat selama matrik perencanaan, yang akan menyatakan bobot pada masing-masing atribut kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga dapat digunakan untuk mengisi HOQ atau *House Of Quality*

C. Karakteristik Teknis

Bagian ini berisi persyaratan-persyaratan teknis untuk produk atau jasa yang akan dikembangkan, data ini diturunkan berdasarkan informasi yang diperoleh mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen

D. Hubungan Karakteristik Teknis Terhadap Kebutuhan Konsumen

Bagian ini terdiri dari penelitian manajemen mengenai kekuatan hubungan antara elemen-elemen yang terdapat pada bagian persyaratan teknis (*Point C* terhadap kebutuhan konsumen (*Point A*) Yang dipengaruhi

E. Korelasi Respon Teknis

Adalah untuk menunjukan korelasi antara persyaratan satu dengan persyaratan-persyaratan yang lain yang terdapat pada *Point C*, korelasi diantara kedua persyaratan teknis tersebut ditunjukkan dengan menggunakan simbol-simbol tertentu.

F Matriks teknis

Terdiri atas tiga jenis informasi yakni Urutan tingkat kepentingan (*Ranking*) persyaratan teknis, Informasi untuk membandingkan kinerja produk pesaing, serta target kinerja persyaratan teknis produk atau jasa yang baru dikembangkan

3.4 Kesimpulan dan Saran

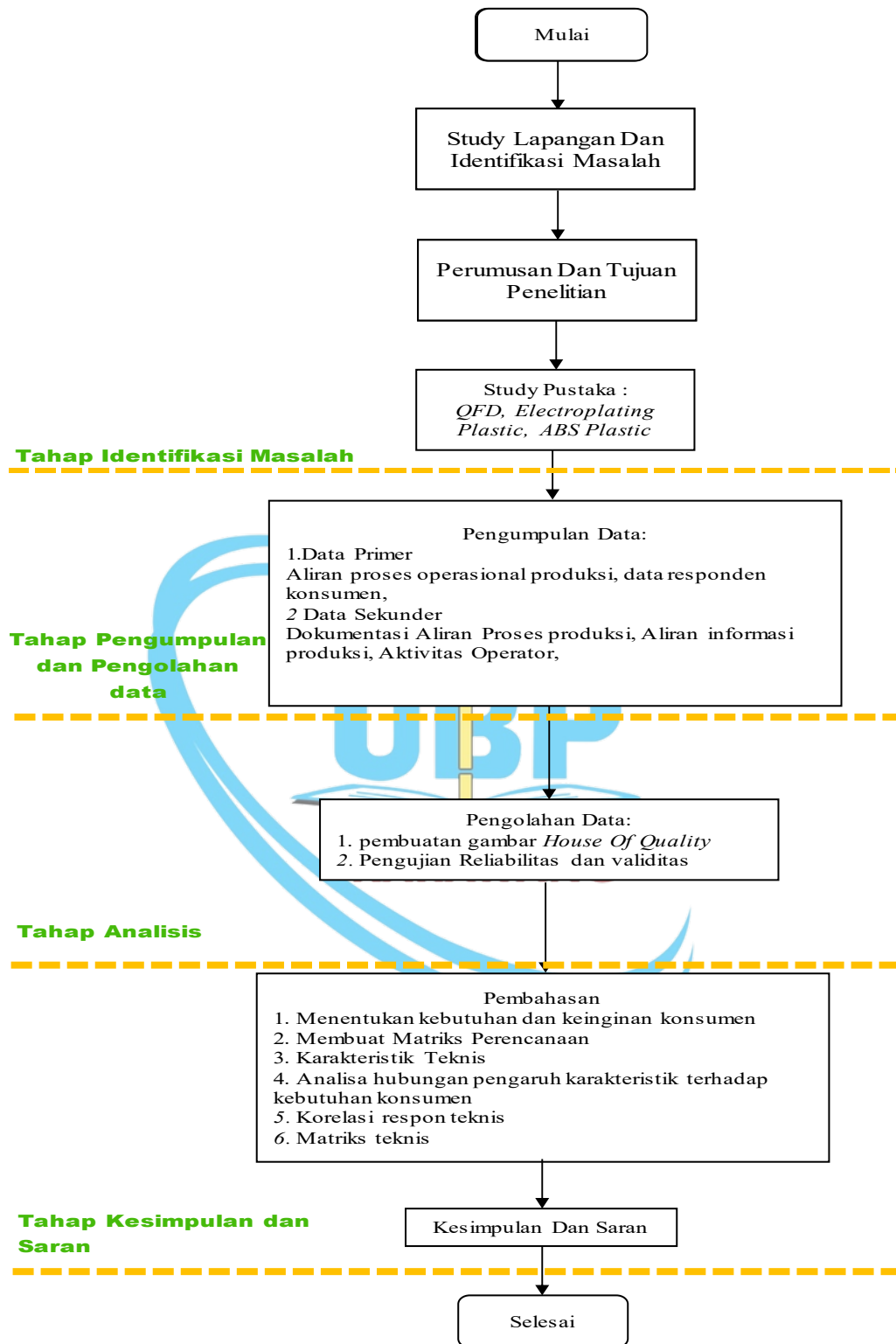
Setelah melakukan analisis masalah maka peneliti diharapkan bisa membuat kesimpulan dari beberapa metode yang telah digunakan untuk membuat saran kepada perusahaan agar bisa menganalisa dengan cepat dan berguna untuk kemajuan penelitian berikutnya. Sehingga nantinya di tahap ini akan diketahui seberapa besar keinginan dan kebutuhan para konsumen dimasa yang akan datang.

3.5 Prosedur Penelitian

Prosedur dalam penelitian ini adalah tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian dari awal sampai akhir. Tahapan-tahapan dalam penelitian ini berdasarkan tema yang diangkat yaitu mengenai penerapan metode *Quality Function Deployment (QFD)* dalam upaya peningkatan kualitas produk elektropating plastik ABS, Teknik yang digunakan dalam analisis data

berdasarkan responden dari konsumen Adapun tahapan – tahapan dalam penelitian ini adalah seperti Gambar dibawah ini.





Gambar 3.2 *Flow Chart* Penelitian
Sumber (Data Penelitian)

