

**ANALISIS PENENTUAN KRITERIA SENTRA
OLEH-OLEH KHAS BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Riska Putri Utami

150410065

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK DAN KOMPUTER
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

**ANALISIS PENENTUAN KRITERIA SENTRA
OLEH-OLEH KHAS BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar sarjana**



Oleh:

Riska Putri Utami

150410065

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK DAN KOMPUTER
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Riska Putri Utami
NPM : 150410065
Fakultas : Teknik dan Komputer
Program Studi : Teknik Industri

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

Analisis Penentuan Kriteria Sentra Oleh-Oleh Khas Batam

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, maka saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 24 Agustus 2021



Riska Putri Utami

150410065

ANALISIS PENENTUAN KRITERIA SENTRA OLEH-OLEH KHAS BATAM

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**

**Oleh:
Riska Putri Utami
150410065**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 24 Agustus 2021



**Nofriani Fajrah, S.T., M.T.
Pembimbing**

ABSTRAK

Batam memiliki bermacam jenis oleh-oleh. Hanya saja Pulau Batam masih belum memiliki fasilitas khusus yang menjual oleh-oleh tersebut. Dengan demikian, Batam perlu mengadakan sentra yang menyediakan secara khusus oleh-oleh khas Batam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kriteria prioritas pada pusat oleh-oleh di Batam, sebagai bahan pertimbangan dalam membangun usaha di bidang pariwisata khususnya dalam menentukan lokasi untuk menjadi pusat penjualan oleh-oleh khas Batam. Metode yang digunakan adalah QFD (Quality Function Deployment) dengan menganalisis data VoC yang telah diperoleh. Pemilihan sampel menggunakan teknik simple random sampling dengan rumus Slovin. Hasil yang diperoleh bahwa kriteria sentra souvenir memiliki prioritas tertinggi yaitu memiliki tampilan yang cantik dan menarik serta tersedianya ruangan desinfektan sterilisasi COVID-19 di pintu masuk sentra dengan nilai 4,52. Kriteria prioritas terendah adalah kinerja khusus daerah dengan nilai kepentingan 3,86, respon teknis dengan prioritas tertinggi terletak di tepi jalan raya, dengan nilai Technical Importance Rating 239,2, nilai Absolute Importance sebesar 173,9, dan nilai Kepentingan Relatif adalah 10,18%. Prioritas terendah berada pada kriteria penyediaan chamber atau ruangan khusus untuk desinfektan dan alat pemeriksa suhu, dengan nilai Technical Importance Rating sebesar 55,9, nilai Absolute Importance sebesar 40,7, dan nilai Relative Importance sebesar 2,38%.

Kata Kunci: Rumah Kualitas, Kriteria Sentra, QFD, Suara Konsumen

ABSTRACT

Batam has various types of souvenirs. It's just that Batam Island still doesn't have a special facility that sells these souvenirs. Thus, Batam needs to hold a central that provides special Batam souvenirs. The purpose of this study is to analyze the priority criteria in a Batam souvenir center, as a consideration in building a business in the tourism sector, especially in determining the location to be a center for selling souvenirs of Batam. The method used is QFD (Quality Function Deployment) by analyzing VoC data that has been obtained. The sample selection used a simple random sampling technique by Slovin formula. The results obtained that criteria for souvenir center have the highest priority are having a beautiful and attractive appearance and the availability of COVID-19 sterilization disinfectant room at the entrance of the center with a value of 4.52. The criteria for lowest priority are regional special performances with an importance value of 3.86, the technical response with the highest priority is located on the edge of the main road, with a Technical Importance Rating value of 239.2, an Absolute Importance value of 173.9, and the Relative Importance value is 10.18%. The lowest priority falls on the criteria for providing a special chamber or room for disinfectants and temperature checking equipment, with a Technical Importance Rating value of 55.9, an Absolute Importance value of 40.7, and its Relative Importance value is 2.38%.

Keywords: House of Quality, Criteria of Central, Quality Function Deployment, Voice of Customer

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Teknik Industri Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Putera Batam Ibu Dr. Nur Elfi Husda., S. Kom., M.SI;
2. Dekan Fakultas Teknik dan Komputer Universitas Putera Batam Bapak Welly Sugianto.,S.T.,M.M.;
3. Ibu Nofriani Fajrah, S.T., M.T. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Putera Batam dan pembimbing skripsi;
4. Seluruh Dosen Teknik Industri dan jajaran staff Universitas Putera Batam;
5. Bapak Haili dan Ibu Nurilai yang telah memberikan doa dan restu dalam menempuh pendidikan selama ini;
6. Kedua Orang Tua dan seluruh keluarga tercinta, yang telah memberikan nasihat, semangat dan juga doa sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

7. Sahabat seperjuangan Melisa, Sanny, Lizer, Sukardi dan semua teman – teman Teknik Industri.
8. Serta kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah SWT memblaskan kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amiin

Batam, 24 Agustus 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rauf' with some additional scribbles below it.

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR RUMUS	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Tujuan Masalah	3
1.5 Batasan Masalah	3
1.6 Manfaat Penelitian	4
1.6.1 Teoritis	4
1.6.2 Praktis	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Konsep Kriteria Sentra	5
2.1.2 Quality Function Deployment (QFD)	8
2.1.3 House of Quality (HoQ)	10
2.2 Penelitian Terdahulu	13
2.3 Kerangka Pemikiran	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Desain Penelitian	19
3.2 Variabel penelitian	20
3.3 Populasi dan Sampel	20
3.3.1 Populasi	20
3.3.2 Sampel	20

3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.5	Metode Analisis Data.....	21
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	23
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	23
3.6.2	Jadwal penelitian.....	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		25
4.1	Pengumpulan Data	25
4.2	Pengolahan Data	26
4.2.1	Instrumen Kuesioner.....	26
4.2.2	Uji Kecukupan Data.....	27
4.2.3	Uji Validitas	28
4.2.4	Uji Reliabilitas	30
4.2.5	Perhitungan Nilai Kepentingan Wisatawan Setiap Kriteria Kualitas	32
4.3	House of Quality (HoQ).....	33
4.3.1	Persyaratan Pelanggan	33
4.3.2	Persyaratan Teknis	34
4.3.3	Relasi Antara Respon Persyaratan Pelanggan Dengan Persyaratan Teknis.....	35
4.3.4	Korelasi Antara Persyaratan Teknis.....	37
4.3.5	Nilai Tingkat Kepentingan Persyaratan Teknis	38
4.3.6	Analisis Matriks Kompetitor.....	40
4.3.7	Analisis Target Teknis	42
4.4	Pembahasan.....	44
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		47
5.1	Kesimpulan	47
5.2	Saran	47
DAFTAR PUSTAKA		49
LAMPIRAN.....		52
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 House of Quality (Rumah Kualitas)	13
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	18
Gambar 3.1 Desain Penelitian	19
Gambar 3.2 Lokasi Wisata Kota Batam	23
Gambar 4. 1 Korelasi Antara Persyaratan Teknis	37
Gambar 4. 2 Matriks Kompetitor terhadap Persyaratan Pelanggan	40
Gambar 4. 3 Matriks Kompetitor terhadap Persyaratan Teknis	41

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	24
Tabel 4. 1 Jumlah Wisatawan yang Datang Ke Kota Batam Tahun 2019	25
Tabel 4. 2 Instrumen Kuesioner Analisis Kriteria Pemilihan Sentra Oleh-Oleh.....	26
Tabel 4. 3 Instrumen Kuesioner Analisis Kriteria Pemilihan Sentra Oleh-Oleh (Lanjutan).....	27
Tabel 4. 4 Nilai r Product Moment.....	28
Tabel 4. 5 Tabel Hasil Uji Validasi	29
Tabel 4. 6 Tabel Data Uji Reliabilitas	31
Tabel 4. 7 Nilai Kepentingan Pelanggan	32
Tabel 4. 8 Nilai Kepentingan Pelanggan (Lanjutan)	33
Tabel 4. 9 Persyaratan Pelanggan.....	34
Tabel 4. 10 Persyaratan Teknis	35
Tabel 4. 11 Relasi Antara Respon Persyaratan pelanggan Dengan Persyaratan Teknis ..	36
Tabel 4. 12 Nilai Tingkat Kepentingan Persyaratan Teknis.....	39
Tabel 4. 13 Target Teknis Kriteria Sentra Oleh-Oleh Khas Batam.....	43

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Slovin.....	20
Rumus 4.1 Uji Kecukupan Data.....	27
Rumus 4.2 Rumus <i>Pearson Product</i>	28
Rumus 4.3 Rumus <i>Alpha Cronbach</i>	30
Rumus 4.4 Rumus Varian	30
Rumus 4.5 Rumus <i>Customer Importance</i>	33

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata saat ini merupakan salah satu aspek yang menjadi pilar strategis pembangunan nasional. Pariwisata dapat diartikan sebagai serangkaian aktifitas dan layanan dalam memenuhi kebutuhan berupa atraksi wisata, transportasi akomodasi, dan layanan lainnya yang akan memenuhi kebutuhan seseorang atau kelompok. Undang-undang RI No. 9 Tahun 1990, menyatakan pengertian wisata bahwa wisata merupakan kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela untuk menikmati objek daya tarik wisata. Kegiatan wisata sendiri dapat dikategorikan menjadi salah satu kebutuhan dasar seseorang dalam mengatasi kejenuhan setelah berhadapan dengan aktivitas sehari-hari yang monoton (Nadjmi & Prayitno, 2013).

Kepulauan Riau sendiri khususnya Batam memiliki berbagai macam jenis wisata yang memiliki daya tarik terhadap wisatawan yang ingin berkunjung. Karena lokasi Batam yang strategis yaitu, berbatasan langsung dengan Singapura dan Malaysia serta berada dijalur perdagangan internasional menjadikan Batam sebagai salah satu destinasi wisata yang menjadi minat wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. Berhubungan dengan pariwisata, tidak lengkap rasanya jika berwisata namun tidak membawa oleh-oleh khas daerah.

Batam memiliki bermacam jenis oleh-oleh. Hanya saja Pulau Batam masih belum memiliki fasilitas khusus yang menjual oleh-oleh tersebut. Dengan demikian, Batam perlu mengadakan sentra yang menyediakan secara khusus oleh-

oleh khas Batam. Pengadaan sentra ini bertujuan untuk memudahkan para wisatawan dalam mendapatkan oleh-oleh. Dalam pengadaan sentra ini, tidak terlepas dalam penentuan kriteria pemilihan sentra. Penentuan kriteria sentra melibatkan beberapa faktor untuk mendapatkan pemilihan sentra yang dianggap paling efisien (Trifiyanto & Susilowati, 2019a).

Untuk menentukan kriteria pemilihan sentra oleh-oleh, perlu adanya keterlibatan para wisatawan dalam menentukan faktor yang menjadi dasar pemilihan kriteria sentra. Berdasarkan keinginan para wisatawan tersebut, dapat dijadikan sebagai dasar dalam penentuan kriteria sentra. Penentuan kriteria ini akan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha sentra oleh-oleh. Dengan ditentukannya kriteria ini, maka sentra yang terbentuk akan lebih akurat dan sesuai berdasarkan harapan yang dimiliki oleh para wisatawan dan mencapai kesuksesan sebuah usaha.

Bertitik dasar dari sebuah pentingnya kesuksesan usaha yang didasari kepuasan pelanggan, maka sebuah usaha harusnya memiliki kriteria atau faktor yang menjadi dasar penentuan sentra. Oleh sebab itu, berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan perlu dilakukan penelitian terkait analisis penentuan kriteria sentra oleh-oleh khas Batam.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Belum tersedianya kriteria dalam menentukan sebuah sentra oleh-oleh khas Batam.
2. Sentra penjualan oleh-oleh khas Batam saat ini masih belum memenuhi harapan dari para wisatawan yang sudah berkunjung ke Batam.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka dapat ditentukan rumusan masalahnya, yaitu kriteria-kriteria apa saja yang menjadi prioritas dalam sebuah sentra oleh-oleh khas Batam?

1.4 Tujuan Masalah

Adapun tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan adalah untuk mendapatkan kriteria-kriteria prioritas dalam sebuah sentra oleh-oleh khas Batam

1.5 Batasan Masalah

Sebagai batasan masalah yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada lokasi wisata populer yang ada di Batam.
2. Responden dari penelitian ini hanya wisatawan yang berkunjung ke Batam pada periode Januari-Desember 2019.

3. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah QFD (*Quality Function Deployment*).

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.6.1 Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan referensi bagi peneliti lain dalam pengembangan penelitian mengenai pemilihan sentra oleh-oleh khas Batam.

1.6.2 Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam membangun sebuah usaha dibidang pariwisata khususnya dalam menentukan lokasi untuk dijadikan sentra penjualan oleh-oleh khas Batam.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Konsep Kriteria Sentra

Dalam pemilihan sentra atau pusat fasilitas, tidak terlepas dari penentuan kriteria. Kriteria merupakan dasar patokan yang ditentukan sebagai alat pembandingan terhadap kriteria lainnya. Kriteria juga termasuk pondasi titik batas dalam memutuskan sebuah pilihan. Kriteria sendiri dapat menjadi faktor penentu berhasil atau tidaknya dalam membangun sebuah usaha. Salah satu hal penting dalam penentuan kriteria sentra adalah tersedianya lahan. Untuk bisa mendapatkan lahan, dapat dilakukan observasi langsung dan juga didasari dengan harapan para wisatawan (Sudarsono, 2013).

Dalam penentuan kriteria sentra oleh-oleh, para ahli telah menentukan kriteria dalam penentuan sebuah sentra. Ketersediaan lahan merupakan hal utama dalam rencana pembangunan sebuah sentra. Dasar dari penentuan kriteria ini adalah sebuah sentra harus memiliki ruang atau tempat yang memadai. Sebab dari penyediaan ruang yang memadai ini adalah agar tidak mengganggu fasilitas umum lain dan juga agar lebih mudah mengarahkan para wisatawan. Tidak semua tempat dapat menjadikan sentra sebagai sebuah usaha. Sebuah lahan atau ruang yang dapat dijadikan sentra usaha harus memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh pemerintah.

Usaha sentra oleh-oleh juga perlu memperhatikan jarak lokasi yang akan ditempuh oleh para wisatawan. Aksesibilitas perlu diperhatikan karena mengingat

sentra oleh-oleh merupakan salah satu daya tarik wisata. Lokasi yang mudah ditempuh, kondisi sentra yang strategis, dan juga jarak lokasi yang fleksibel dalam arti dapat ditempuh dengan berbagai alternatif transportasi menjadi salah satu kriteria penting dalam penentuan sebuah sentra. Lokasi sentra harus dapat memberikan kemudahan bagi para wisatawan dalam mendapatkan oleh-oleh yang diinginkan.

Selain dari kriteria tersebut, sentra juga perlu memperhatikan kesesuaian terhadap rencana pembangunan tata ruang daerah. Sentra sebaiknya tidak berdiri pada kawasan lindung yang pemanfaatannya tidak diizinkan untuk dibangun sebuah usaha. Sentra dibangun dipusat keramaian, memperhatikan kondisi penduduk sekitar dan pencemaran lingkungan yang diakibatkan adanya sentra oleh-oleh tersebut (Haqie et al., 2019).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Muchlis & Santoso, 2017) dalam penentuan kriteria sentra, terdapat beberapa kriteria lain yang menjadi dasar dalam membangun sebuah sentra usaha. Ada beberapa macam karakteristik yang dijadikan variabel dalam penentuan kriteria tersebut. Variabel tersebut terdiri dari:

1. Atraksi. Atraksi merupakan suatu kegiatan yang dapat menarik perhatian para wisatawan.
2. Jenis Komoditas. Jenis komoditas ini berkaitan dengan produk yang disediakan oleh sentra oleh-oleh. Dalam hal ini dapat berupa keragaman oleh-oleh yang dimiliki oleh Batam.
3. Kerjasama. Kerjasama memiliki arti hubungan antara pemerintah dan pelaku usaha serta pelaku usaha dengan para pelanggan.

Keberhasilan sebuah usaha juga dipengaruhi oleh kerjasama yang baik antar semua pihak.

4. Sikap Masyarakat. Hal ini berkaitan dengan kesediaan pemerintah dalam memberikan ruang untuk membangun sebuah sentra oleh-oleh. Dan juga keterbukaan masyarakat dalam menerima keberadaan sentra oleh-oleh tersebut.
5. Aksesibilitas. Kriteria yang harus dimiliki dalam membuat sebuah sentra adalah dengan memperhatikan akses menuju ke lokasi dimana sentra tersebut berada. Hal ini dapat berupa transportasi yang dapat digunakan dan juga jalan yang akan ditempuh dalam menuju ke lokasi sentra tersebut.
6. Infrastruktur. Infrastruktur merupakan sarana dan prasarana yang menjadi penunjang pada sentra oleh-oleh. Dalam hal ini juga termasuk fasilitas yang disediakan oleh sentra oleh-oleh. Kriteria ini memiliki pengaruh karena berkaitan dengan kenyamanan yang akan dirasakan oleh pengunjung sentra.
7. Informasi dan Promosi. Berkaitan dengan informasi yang diberikan kepada para wisatawan. Hal ini juga bertujuan agar sentra dapat dikenali dengan lebih mudah dan menarik para wisatawan untuk berkunjung.
8. Harga. Harga merupakan jumlah yang dibayarkan ketika akan membeli oleh-oleh pada sentra. Harga yang ditawarkan akan disesuaikan dengan oleh-oleh yang ditawarkan.

9. Ketahanan dan Keamanan. Kriteria ini berhubungan dengan keselamatan para pelaku usaha dan juga pengunjung sentra. Ketahanan bangunan dan memiliki jalur evakuasi, keamanan wisatawan menjadi kriteria pada aspek ketahanan dan keamanan ini.
10. Objek Wisata. Sentra oleh-oleh merupakan salah satu bagian dari pariwisata. Sentra oleh-oleh secara fungsional adalah menyediakan cendramata khas dari sebuah lokasi pariwisata. Maka mendekatkan sentra oleh-oleh dengan objek wisata akan memberikan manfaat yang cukup signifikan.

2.1.2 Quality Function Deployment (QFD)

Menurut Cohen (1995) QFD atau *Quality Function Deployment* merupakan sebuah metode yang digunakan dalam perencanaan dan pengembangan sebuah produk atau jasa yang memungkinkan peneliti mengetahui secara spesifik keinginan dan kebutuhan pelanggan. Setelah mendapatkan spesifikasi sesuai dari kebutuhan pelanggan tersebut, kemudian dievaluasi setiap produk atau jasa yang telah dikembangkan atau menguji kemampuan layanan yang diberikan secara sistematis terhadap pemenuhan kebutuhan tersebut (Irfan et al., 2020).

Quality Function Deployment (QFD) merupakan pendekatan yang sistematis dalam mengidentifikasi dan menerjemahkan karakteristik kebutuhan pelanggan. QFD diciptakan untuk membantu sebuah organisasi dalam upaya meningkatkan kemampuan untuk memahami kebutuhan pelanggan. QFD sendiri dikembangkan di Jepang pada tahun 1966 oleh seorang ahli bernama Yoji Akao.

Menurut Akao (1990), QFD adalah sebuah metode dalam mengembangkan desain yang memiliki tujuan untuk memenuhi standar kriteria yang diharapkan oleh konsumen. Kemudian, berdasarkan keinginan konsumen tersebut, diterjemahkan menjadi target desain dan hal utama dalam menjamin kualitas yang akan digunakan pada setiap tahapan produksi. Hasil dari pemanfaatan QFD dapat terlihat ketika penerapan QFD telah menunjukkan pengurangan pembangunan waktu produksi hingga satu-setengah sampai sepertiga dari waktu awal. Konsentrasi QFD ini yaitu melibatkan kebutuhan pelanggan dalam proses pengembangan produk atau jasa seawal mungkin, akibat ketidakpuasan sebuah produk atau jasa yang telah dihasilkan (Irfan et al., 2020).

Menurut penelitian (Trifiyanto & Susilowati, 2019b) dalam penerapan QFD, QFD akan berjalan dengan baik apabila dilaksanakan sesuai dengan tahapan metodenya. Tahapan terpenting dari QFD adalah menjamin kualitas dari produk atau jasa sesuai dengan harapan pelanggan. Adapun tahapan dalam penggunaan metode QFD, yaitu:

1. Kualitas (*Quality*). Tahapan ini mendeskripsikan kebutuhan apa saja yang dimiliki pelanggan terhadap sebuah produk atau jasa. Pengidentifikasiannya dimulai dengan kriteria pelanggan yang berupa item kualitatif seperti kondisi fisik, efisiensi dan efektifitas penggunaan produk, keamanan penggunaan, serta tujuan yang diharapkan.
2. Penilaian Konsumen (*Assessment of Customers*). Pada tahapan ini adalah tahap penjabaran kebutuhan pelanggan melalui pendapat pelanggan. Dalam penjabaran keinginan pelanggan ini adalah sebagai harapan yang

dapat berupa perkiraan atau hal yang diyakini pelanggan tentang apa yang diterima atau dirasakan ketika menggunakan sebuah produk atau jasa. Untuk mendapatkan penilaian pelanggan berupa keluhan ataupun harapan, dapat dilakukan dengan survei atau angket (*Voice of Customers*).

3. Daftar Periksa (*Checklist*). Daftar periksa atau yang disebut *checklist* merupakan tahapan dimana peneliti melakukan penjabaran terhadap kebutuhan pelanggan. Dalam tahapan ini setiap kriteria yang diperoleh akan diberi nilai sesuai dengan prioritas kebutuhan pelanggan.

4. Rumah Kualitas (*House of Quality*). Tahapan ini merupakan tahapan terakhir dalam metode QFD ini. Pada tahapan ini akan dimulai dengan penentuan hubungan antara kriteria kebutuhan dengan kriteria harapan. Penerapan jumlah bobot terhadap masing-masing kriteria, dan penyatuan karakteristik terhadap nilai bobot tersebut.

2.1.3 House of Quality (HoQ)

Matrik HoQ merupakan bentuk representasi dari metode QFD. Pada dasarnya, matrik HoQ ini terbagi menjadi dua bagian. Bagian pertama yaitu bagian vertical yang disebut kebutuhan pelanggan (*customer requirements*). Pada bagian *customer requirements* berisikan tentang informasi kriteria yang diperlukan oleh pelanggan. Pada bagian kedua yaitu bagian horizontal yang disebut dengan kebutuhan teknis (*technical requirements*). Pada bagian ini, *technical requirements* berisi respon dari kriteria harapan pelanggan. Respon ini berupa deskripsi dari harapan pelanggan yang telah didapatkan pada *customer requirements* (Shrivastava, 2013).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Suhendar, 2014), matriks HoQ memiliki beberapa bagian. Bagian tersebut merupakan konversi dari *Voice of Customers* secara langsung terhadap kriteria persyaratan teknis dari produk atau jasa yang dihasilkan. Bagian-bagian dari matriks HoQ adalah sebagai berikut.

1. Bagian A : *Customer need and benefit* (Kebutuhan dan harapan pelanggan). Pada bagian ini, berisikan informasi yang diperoleh dari observasi lingkungan objek. Data ini dapat diperoleh melalui suara konsumen (*Voice of Costumer*) yang dapat diidentifikasi melalui wawancara dengan pelanggan.

2. Bagian B : *Planning matriks* (Matrik perencanaan). Bagian ini memuat tiga tingkat kepentingan dan juga tingkat kepuasan pada setiap kebutuhan pelanggan.

3. Bagian C : *Technical response* (Parameter teknik). Bagian C memuat penjabaran kriteria dari Bagian A. Data yang dibutuhkan merupakan turunan dari suara pelanggan yang kemudian dikembangkan secara teknis. Dalam setiap persyaratan teknis ditentukan berdasarkan satuan pengukuran dan target yang akan dicapai.

4. Bagian D : *Relationship* (Hubungan antara parameter teknik dengan kebutuhan pelanggan). Bagian ini memuat hubungan antara Bagian C yang telah dikembangkan berdasarkan suara konsumen dengan Bagian A yang akan mempengaruhinya. Dalam menentukan hubungan tersebut digunakan simbol-simbol sebagai berikut.

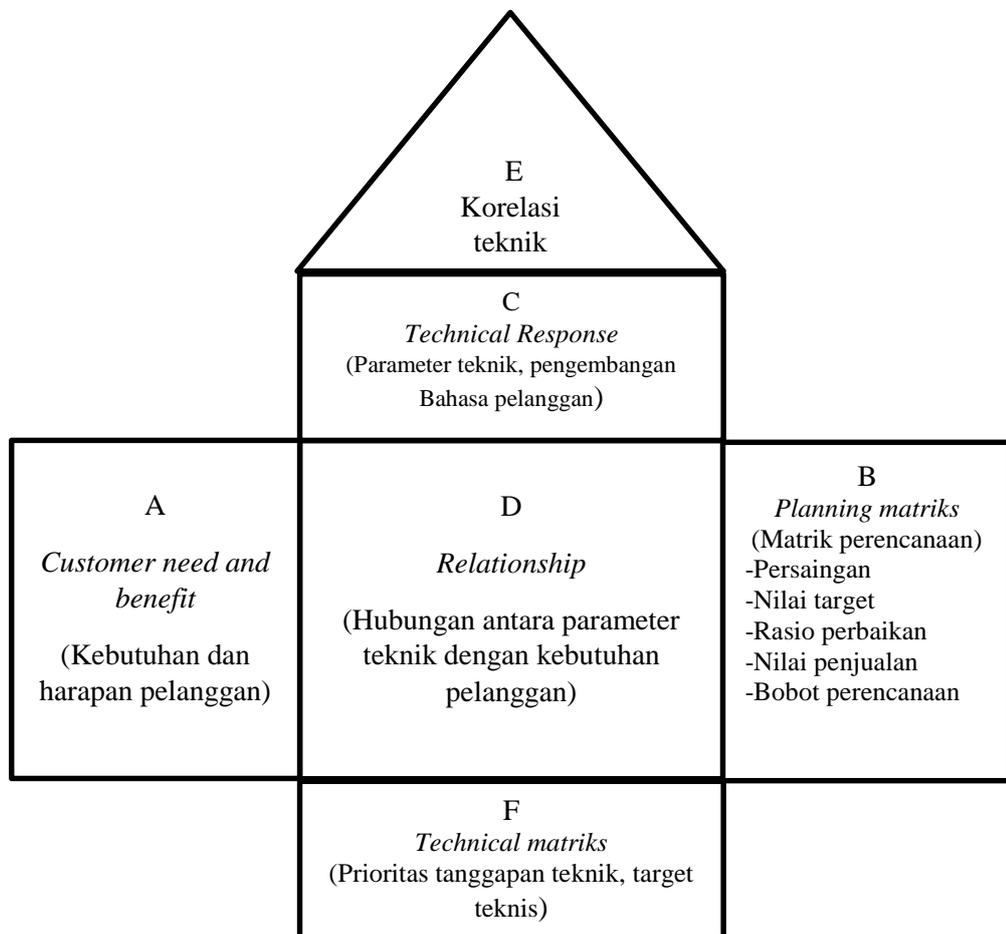
- a.  *Strongly Linked*, yaitu simbol yang diberi nilai 9 dan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang cukup berarti jika

memberikan perubahan yang relative kecil pada *technical requirements* (persyaratan teknis).

- b. ○ *Moderate Linked*, yaitu simbol dengan nilai 3 yang akan cukup besar mempengaruhi kepuasan pelanggan jika memberikan perubahan besar pada persyaratan teknis.
- c. △ *Possibly Linked*, yaitu simbol yang bernilai 1. Simbol ini memiliki arti perubahan besar pada persyaratan teknis hanya sedikit mempengaruhi perubahan kepuasan pelanggan
- d. - *Not Linked (Blank)*, yaitu simbol bernilai 0 (nol) karena jika dilakukan perubahan pada persyaratan teknis, tidak akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

5. Bagian E : *Technical Correlation* (Korelasi teknik). Bagian ini menghubungkan kriteria persyaratan teknis yang satu dengan persyaratan teknis yang lain. Pada setiap korelasi yang terjadi terdapat dua kemungkinan, yaitu *Positive Impact* dan *Negative Impact*. Pada *Positive Impact* berarti perubahan yang terjadi pada persyaratan teknis 1 akan memberikan nilai positif pada persyaratan teknis yang lain. Sedangkan *Negative Impact*, jika terjadi perubahan pada salah satu persyaratan teknis maka akan memberikan nilai negatif pada persyaratan teknis yang saling memiliki hubungan dengan persyaratan teknis tersebut.

6. Bagian F : *Technical Matriks* (Matrik teknis). Pada bagian ini, berisikan kriteria prioritas pada pengembangan produk atau jasa. Dalam hal ini terjadi perbandingan antara target pengembangan persyaratan teknis dengan produk atau jasa yang dikembangkan.



Gambar 2.1 *House of Quality* (Rumah Kualitas)

2.2 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Nofriani Fajrah & Yogi Perdana, 2019) dengan judul *The Analysis of Determine The Criteria of Car Painting Service Quality*, terdapat dua variabel yang diteliti. Variabel pertama adalah variabel independen dari penelitian ini yaitu berupa keinginan pelanggan, dan yang kedua adalah variabel dependen dari penelitian ini yaitu kriteria kualitas pengecatan mobil. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah QFD (*Quality Function Deployment*) dengan menggunakan VoC (*Voice of Costumer*)

untuk memperoleh data kriteria kualitas pengecatan mobil berdasarkan keinginan pelanggan yang kemudian dijadikan acuan dalam membangun HoQ (*House of Quality*). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kriteria kualitas yang dibutuhkan dalam memenuhi keinginan dan kepuasan pelanggan dalam pengecatan mobil pada bengkel pengecatan mobil Ogick Paint Art. Hasil dari penelitian ini adalah didapatnya prioritas kriteria kualitas pada pengecatan mobil. Terdapat kriteria yang menjadi prioritas dan memiliki nilai 5 dari nilai tingkat kepentingan konsumen yaitu daya tahan kilap dan daya tahan intensitas warna.

Berdasarkan penelitian oleh (Jahanzaib et al., 2016) dengan judul *A Framework for Implementing Quality Function Deployment (QFD) For Utility Services*, tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan kerangka layanan kerja dari perusahaan jasa utilitas yang didasari oleh kebutuhan pelanggan. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode QFD dengan VoC (*Voice of Customer*) sebagai alat pengumpulan data. Selain itu juga, dilakukan wawancara dengan para ahli terpilih yang bekerja dalam perusahaan utilitas untuk mendapatkan solusi teknis. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ada 13 penjelas teknis yang diusulkan para ahli untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Salah satunya yaitu adopsi teknologi baru didapat sebagai solusi teknis dengan prioritas tertinggi, kemudian diikuti oleh layanan pelanggan yang efektif, fokus pada karyawan dan layanan online.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Sylvani, 2016) dengan judul *Analysis of Customers Requirements of XYZ Resto POS System of PT. XYZ Using Quality Function Deployment*, tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi

kebutuhan pelanggan yang kemudian dijadikan pendukung dalam mengembangkan produk aplikasi XYZ Resto. Metode penelitian ini menggunakan QFD dan dalam pengambilan data peneliti melakukan wawancara secara mendalam dengan CEO PT.XYZ untuk mengetahui kondisi XYZ Resto. Selain dengan melakukan wawancara, peneliti mengumpulkan data berdasarkan data laporan keluhan pelanggan yang kemudian diterjemahkan menjadi “suara pelanggan”. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah terdapat 14 persyaratan pelanggan yang telah teridentifikasi. Salah satu yang menjadi prioritas dan paling dibutuhkan pelanggan adalah laporan aplikasi yang dapat dibuka dalam berbagai format. Hal ini disebabkan oleh aplikasi yang saat ini hanya mampu mendukung format PDF saja. Selain itu, harapan pelanggan teridentifikasi adalah XYZ Resto dapat memproses semua transaksi dari berbagai metode pembayaran, mengingat pelanggan yang menggunakan kartu kredit semakin meningkat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Chan et al., 2019) dengan judul *An Analysis of Passengers Ride Needs of Urban Rail Transit Services: Application of Quality Function Deployment* bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan terhadap kualitas layanan angkutan kereta api perkotaan di Hongkong. Meskipun perusahaan telah menerapkan standar pengoperasian kereta api, tetapi masih terdapat beberapa kekurangan yang menyebabkan ketidaknyamanan penumpang seperti gangguan akibat getaran yang timbul dan kebisingan selama kereta bergerak. Metode dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan QFD dan VoC digunakan dalam pengumpulan data suara pelanggan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan yang baik dan aman menjadi dua

prioritas kriteria penumpang terhadap penggunaan kereta api perkotaan di Hongkong. Peningkatan kualitas naik kereta api perkotaan bergantung pada kondisi dan situasi stasiun yang aman dan nyaman, dan kondisi kereta api yang prima menjadi dasar persyaratan pelanggan.

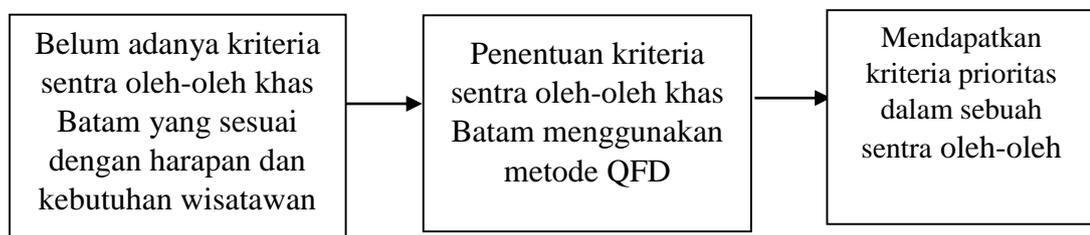
Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Sularto et al., 2015) dengan judul *User Requirements Analysis for Restaurant POS and Accounting Application Using Quality Function Deployment*, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kriteria kebutuhan konsumen dalam mengembangkan usaha restoran UKM di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek). Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui kriteria yang diperlukan dan yang harus ditiadakan dalam mendapatkan POS (*Point of Sales*) dan aplikasi akuntansi yang sesuai dengan kebutuhan restoran. Metode dalam penelitian ini menggunakan QFD dan pendekatan kuesioner dalam memperoleh data responden. Hasil dari penelitian ini adalah identifikasi kriteria kebutuhan konsumen terdiri dari POS (*Point of Sales*) dalam pesanan pelanggan, printer POS untuk mencetak transaksi dengan mesin kasir, POS untuk pembayaran dengan menggunakan kartu kredit, dan POS penghitung semua transaksi termasuk pembelian dan penggunaan bahan baku. Selain dari kriteria tersebut, ditemukan bahwa ada beberapa fitur desain aplikasi POS dan akuntansi yang tidak penting menurut pernyataan responden. Fitur tersebut adalah aplikasi kasir menggunakan computer tablet, aplikasi berbasis internet (online), laporan pengeluaran tahunan, dan laporan pemakaian bahan baku. Selain fitur-fitur ini, semua dianggap penting bagi restoran.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Zawati & Dweiri, 2016) dengan judul *Analysis Of Public Transport Users' Satisfaction Using Quality Function Deployment: Belgrade Case Study* bertujuan untuk mengidentifikasi kriteria yang menjadi kebutuhan penumpang terhadap layanan transportasi umum di kota Beograd. Pada penelitian ini menggunakan metode QFD dan kuesionar serta wawancara secara langsung sebagai alat pengumpulan data kriteria kebutuhan pelanggan. Hasil dari penelitian ini adalah sebagian besar penumpang (55,61%) mengharapkan keteraturan dalam transportasi yaitu dengan jumlah 4.896 pernyataan, kenyamanan kendaraan sebanyak 3.446 pernyataan. Selain itu, kriteria yang menjadi prioritas persyaratan penumpang adalah ketepatan waktu, kenyamanan duduk dalam kendaraan, sikap pengemudi, keandalan kendaraan, dan kapasitas optimal kendaraan.

Berdasarkan penelitian (Hasibuan et al., 2019) dengan judul *Service Quality Improvement by Using the Quality Function Deployment (QFD) Method at the Government General Hospital*, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kebutuhan pasien akan mutu pelayanan kesehatan rumah sakit. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah penerapan metode QFD dengan menggunakan pendekatan HoQ (*House of Quality*). Hasil yang diperoleh melalui penelitian ini yaitu terdapat 33 karakteristik kualitas pelayanan yang diprioritaskan untuk perbaikan lebih lanjut, dengan poin kesabaran pemulihan sebagai kriteria prioritas utama.

2.3 Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini terdapat kerangka pemikiran yang bertujuan untuk mendapatkan kriteria-kriteria dalam perencanaan penentuan sentra oleh-oleh khas Batam menggunakan metode QFD (*Quality Function Deployment*). Berdasarkan landasan teori yang telah ditinjau, maka dapat disusun kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut.

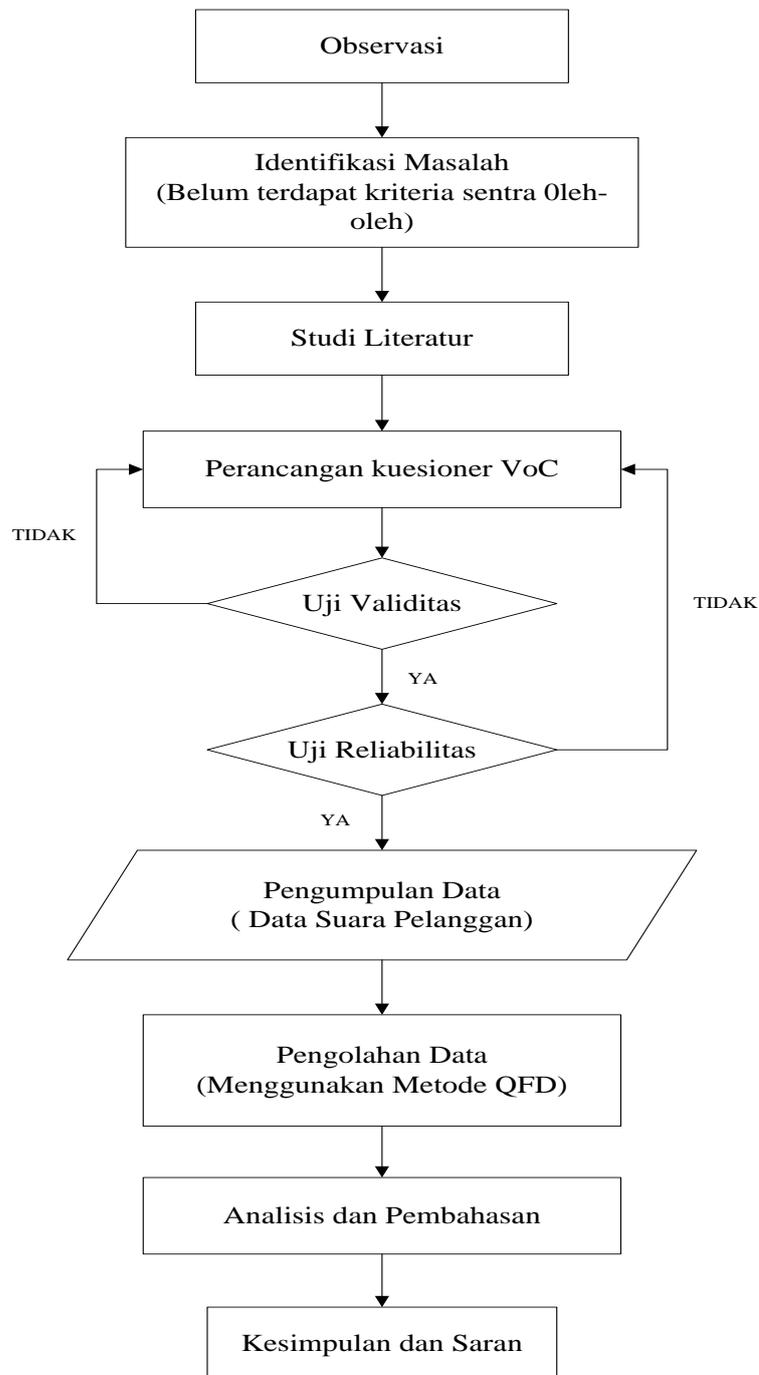


Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian



Gambar 3.1 Desain Penelitian

3.2 Variabel penelitian

Dalam penelitian terdapat dua variabel yang digunakan yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen dari penelitian ini adalah kriteria sentra oleh-oleh khas Batam. Sedangkan variabel independen penelitian ini adalah keinginan para wisatawan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke Batam pada periode Januari-Desember 2019 yaitu sebanyak 1.947.943 pengunjung.

3.3.2 Sampel

Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*, dimana setiap anggota populasi memiliki kemungkinan yang sama untuk dijadikan sampel. Dalam menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, digunakan rumus dengan metode Slovin yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+(N \cdot e^2)} \dots\dots\dots \text{Rumus 3.1}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi. N diperoleh dari data wisatawan lokal berdasarkan data Badan Pusat Statistik Batam Tahun 2019

e = Derajat keyakinan : 95% : 0,05

maka, jumlah sampel yang didapat adalah $399,91 \approx 400$.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini terdapat beberapa teknik metode yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian. Teknik pengumpulan data tersebut sebagai berikut.

a) Observasi

Observasi adalah salah satu teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung ke lokasi tempat penelitian. Pengamatan dilakukan dengan cara memperhatikan kondisi lingkungan dan para wisatawan yang berkunjung.

b) Diskusi

Diskusi merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan interaksi secara langsung dengan para wisatawan. Wisatawan diminta untuk memberikan pernyataan mengenai kriteria sentra oleh-oleh berdasarkan harapan mereka.

c) Kuesioner

Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari responden. Pada penelitian ini, kuesioner yang digunakan berupa VoC (*Voice of Customers*) atau kuesioner yang berdasarkan dari suara pelanggan. VoC dibuat berdasarkan pernyataan kriteria yang sudah didapatkan melalui metode diskusi. Setelah pernyataan dibuat, diberikan nilai skor dengan menggunakan skala Likert 1 sampai 5.

3.5 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah metode QFD (*Quality Function Deployment*) dengan menganalisa data VoC yang telah

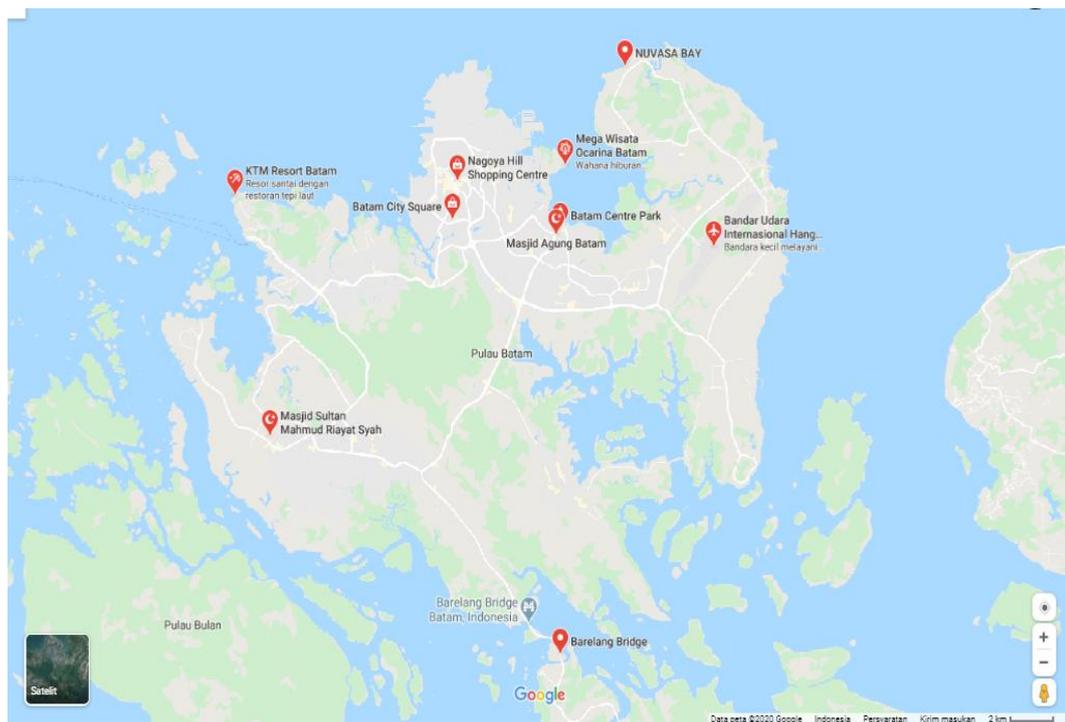
diperoleh. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data sebagai berikut.

- a. Mengumpulkan dan mengelompokkan data kriteria sentra oleh-oleh melalui observasi dan diskusi langsung dengan para wisatawan.
- b. Mengumpulkan data VoC yang sebelumnya sudah diberikan kepada responden sesuai perhitungan sampel yang telah mengisi nilai prioritas kriteria berdasarkan keinginan mereka.
- c. Melakukan pengujian kecukupan data terhadap data yang telah direkapitulasi.
- d. Memproses data kuesioner VoC dengan menghitung nilai rata-rata yang terdapat pada nilai prioritas kriteria.
- e. Membangun dan mengembangkan rumah kualitas (HoQ). Dalam membangun dan mengembangkan *House of Quality*, terdapat beberapa langkah sebagai berikut:
 1. Membuat daftar persyaratan pelanggan (*What*).
 2. Mengidentifikasi dan membuat daftar persyaratan teknis (*How*).
 3. Menentukan matriks hubungan antara persyaratan pelanggan dengan persyaratan teknis.
 4. Mengembangkan matriks hubungan antara setiap persyaratan teknis.
 5. Penilaian kompetitif berdasarkan bobot pesaing yang ada dengan memberikan penilaian 1 untuk yang terburuk sampai dengan 4 untuk yang terbaik.
 6. Menentukan prioritas persyaratan pelanggan dan persyaratan teknis

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Penyebaran kuesioner VoC penelitian ini dilakukan pada beberapa tempat wisata yang cukup populer yang terdapat di Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau.



Gambar 3.2 Lokasi Wisata Kota Batam

(sumber : Google Map)

3.6.2 Jadwal penelitian

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

No	KEGIATAN	BULAN																											
		Feb-21		Mar-21				Apr-21				May-21				Jun-21				Jul-21				Aug-21					
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	Obeservasi	■	■	■	■																								
2	Identifikasi Masalah	■	■	■	■																								
3	Pengajuan Judul	■	■	■	■	■																							
4	Bimbingan Skripsi						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■						
5	Pengajuan Izin Penelitian						■	■	■	■	■	■	■																
6	Penyebaran Kuesioner						■	■	■	■	■	■	■																
7	Pengumpulan Data		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■															
8	Penulisan Laporan Skripsi					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■						