

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Quality Function Deployment (QFD)

QFD ialah teknik desain serta mengembangkan barang dalam menentukan spesifikasi kebutuhan serta keinginan *Costumer* serta mengevaluasi barang dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan *Costumer*. Dengan QFD, organisasi dapat mengetahui yang *Costumer* inginkan, serta mendapatkan tanggapan *Costumer* serta menembangkan keinginannya, dalam meningkatkan alur manufaktur hingga operasi manufaktur seefisien serta seefektif. QFD diciptakan dalam perusahaan agar faham dengan *costumer* individu serta menanggapi secara efektif *Costumers-Needs* individu (Lintang Trenggonowati, 2017).

Makan ditarik simpulan QFD ialah suatu teknik dalam merancang barang berdasar keinginan *Costumer*. Dengan teknik ini, organisasi diberikan kesempatan dalam memperbaiki barang yang dihasilkan, maksudnya teknik memperbaiki alur organisasi melebihi keinginan *Costumer*.

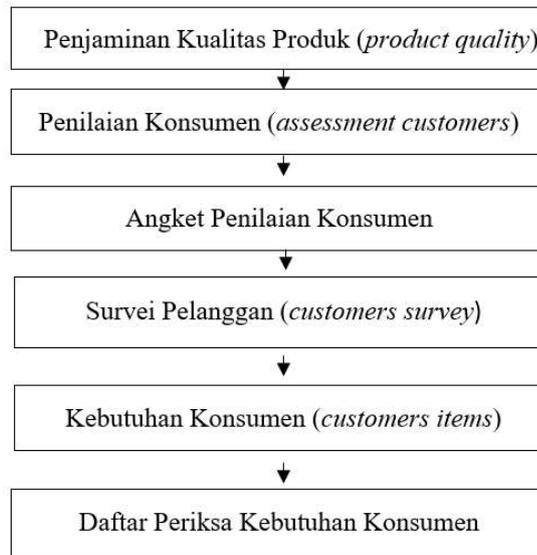
Berdasar (Siswiyanti et al., 2019) dari beberapa fungsi QFD, yakni:

1. Elaborasi *Costumers-Needs*; D
2. Deskripsi ciri mutu terukur;
3. Menentukan korelasi antara persyaratan mutu serta ciri mutu;
4. Menerapkan beberapa nilai ke nomor tertentu dalam setiap atribut mutu;
5. Penggabungan ciri mutu dalam barang;

Perencanaan manufakturing serta kontrol mutu barang. QFD terdiri dari beberapa langkah, yakni:

1. Jaminan mutu barang maupun layanan;
2. Perumusan persyaratan *Costumer* dengan bantuan pendapat *Costumer* (pertanyaan, survei);
3. Deskripsi ciri *Costumer* (checklist);
4. Serta membuat matriks House of Quality, dengan menentukan korelasi persyaratan mutu serta atribut mutu, menerapkan jumlah spesifik pada setiap atribut mutu, mengintegrasikan atribut mutu dalam barang, perencanaan manufakturing, serta pengendalian mutu barang.

Teknik QFD bekerja ketika tahapan teknik dijalankan dengan benar. Tahapan terpenting dalam penerapan teknik QFD ialah jaminan mutu barang serta layanan, evaluasi *Costumer* pada barang, melakukan survei keinginan *Costumer*, pemetaan *Costumer*, membuat *checklist* serta membuat rumah maupun matriks mutu. Tahapan implementasi teknik QFD dapat dijelaskan dengan memakai diagram implementasi pada gambar di bawah ini.



Gambar 2.1 Matrix Mutu

1. Mutu (*quality*)

Mutu mempunyai arti yang berbeda dalam tiap individu. Dikarenakan mutu mempunyai berbagai ciri serta bergantung kepada konteksnya. Pada umumnya dikemukakan mutu ialah satu karakteristik sejauh mana satu barang bisa diinginkan *Costumer* yang menginginkannya. Berdasar (Sugianto & Prasetyo, 2018), mutu ialah hal abstrak akan tetapai bila mencari serta mengukur sifat-sifat barang mutu terkait ekonomi manufakturing. Taraf mutu bisa dipertahankan dengan alur manufakturing yang terencana supaya *Costumer* dapat menerimanya. Mutu mendukung dalam manufakturing serta *sales point*. Ciri umum dari produk, yang meliputi marketing, desain, manufaktur, serta pemeliharaan. Saat dipakai, barang serta layanan ini memuaskan hasrat *Costumer*. Berlandaskan paparantersebut, ditarik simpulan bahwasannya mutu berkaitan dengan definisi yang paling penting, yakni:

1. Mutu terdiri dari beberapa ciri barang yang ada maupunpun ciri memuaskan keinginan *Costumer*, akhirnya mutu bisa membuat *Costumers* puas.

2. Mutu berasal dari apapun yang bebas *depect*.

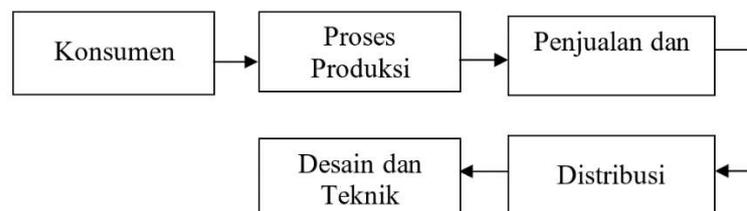
Produk yang bermutu harus dapat memenuhi serta melampaui harapan *Costumer*. Harapan *Costumer* dapat dijelaskan dengan atribut mutu berupa dimensi mutu. Berdasar (Lukman & Wulandari, 2018), mutu mempunyai delapan dimensi, yakni: (1) performansi; (2) properti; (3) keandalan; (4) kepatuhan; (5) daya tahan; (6) pelayanan; (7) keindahan (estetika); (8) tujuan penggunaan.

Pentingnya barang bermutu tinggi ialah hemat *cost*. Mutu barang yang lebih baik mengurangi *cost* manufaktur maupun layanan. *Depect* barang berkaibat *rework* dan perlunya *cost* bahan baku, *cost man power* serta hal lainnya akhirnya menggerogoti bottom line organisasi. Dari sisi komersial, keunggulan mutu barang membawa manfaat yakni *Costumer* bertambah akhirnya profit bertambah.

Pengantar tahapan perkembangan Konsep mutu memberi tahu organisasi mengenai kondisi konsep mutu saat ini. Level-level yang terkini. Yang pada akhirnya, organisasi siap sedia demi kepentingan *Costumer*.

1) Evlusi *Costumer*

Berdasar (Siregar & Adhinata, 2017), Peringkat *Costumer* ialah perasaan *Costumer*. *Costumer* meninggalkan ulasan produk setelah *Costumer* memakai produk tersebut.



Gambar 2.2 Alur Barang Sampai ke *Costumer*

Andreassen (2004:50) menggambarkan *Costumer satisfactions* sebagai harapan *Costumers* berupa evaluasi maupun keyakinan *Costumers* mengenai apa yang akan individu terima dan rasakan setelah membeli dan memakai suatu produk. *Costumer satisfactions* tidak dapat diukur secara langsung dengan standar objektif. *Costumer satisfactions* harus dipandang sebagai fenomena abstrak dan teoretis yang dapat diukur dengan berbagai metrik. Formulir evaluasi *Costumers* dipakai dalam produk dalam menentukan *Costumer satisfactions*.

2. Angket

Sugiyono (2010:38) menyatakan bahwasannya kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan serangkaian pertanyaan maupun pernyataan kepada individu lain yang dijadikan responden. Keuntungan dari teknik survei adalah memberikan banyak informasi dalam waktu yang relatif singkat, usaha minimal dan *Costumers* dapat menjawab dengan bebas tanpa dipengaruhi oleh individu lain. Produsen memakai kuesioner dalam mempelajari pendapat *Costumers*, kelebihan dan kekurangan dari produk yang dibuat oleh produsen tersebut.

Penyebaran angket dapat dilakukan dengan beberapa cara seperti penyerahan angket secara pribadi, melalui surat serta melalui email. Masing-masing cara ini mempunyai kelebihan serta kekurangan. Berdasar (Wilujeng & Rembulan, 2019), angket yang diserahkan secara pribadi dapat membangun korelasi serta memotivasi responden, lebih murah jika pemberiannya dilakukan langsung dalam satu kelompok serta responnya cukup tinggi. Namun kekurangan angket yang diserahkan secara pribadi ialah kemungkinan responden menolak.

3. Survei

Ialah survei *Costumers-Needs*. Berdasar (Fajri Hasibuan, 2020), Investigasi mengungkapkan informasi penting yang dapat mempengaruhi operasi Organisasi. Bisnis mencakup bisnis yang baru dimulai maupun sesertag beroperasi. Survei *Costumer* menutup kesenjangan antara *Costumer* serta bisnis. Survei dilakukan secara tatap muka dengan responden. Karena interaksi tatap muka antara bisnis serta *Costumer*, survei memungkinkan keduanya mempelajari hal-hal yang penting bagi korelasi bisnis-*Costumer*.

Berdasar Sugiyono (2010:50), Survei dipakai. Salah satu teknik yang efektif dalam melakukan survei ialah *interview* tatap muka. *Tools* yang dipakai dalam *interview* sama dengan kuesioner, hanya perwakilan penjualan yang mengisi pertanyaan dalam responden. Bisa lebih banyak informasi serta suasana bisa lebih santai. Namun cara ini sangat memakan waktu karena pertanyaan dalam alur *interview* selalu berubah tepat seiring keadaan di lapangan. Setelah melakukan riset *Costumer*, Perseroan dapat mengolah data tersebut dalam kebutuhan riset guna pengembangan lebih lanjut dalam mendapatkan informasi penting yang dapat mempengaruhi bisnisnya sendiri. Bisnis mencakup bisnis yang baru dimulai maupun sesertag beroperasi. Survei *Costumer* menutup kesenjangan antara *Costumer* serta bisnis. Survei dilakukan secara tatap muka dengan responden. Karena hubungan diantara bisnis serta *Costumer*, yang akhirnya teknik ini membuat mempelajari hal dalam korelasi bisnis-*Costumer*.

4. Kebutuhan (*needs*)

(Fajri Hasibuan, 2017) menjabarkan makhluk bergerak karena kebutuhannya. Budaya, dll mempengaruhi kebutuhan. makin taraf budaya tinggi, makin besar serta beragam kebutuhan. Dasar makhluk hidup mempunyai tujuan tertentu, yakni pemuasan kebutuhannya. Maksud organisasi ialah serupa, yakni dalam Pemenuhan *Costumers-Needs*. keinginan *Costumer* ditentukan melalui survey serta jajak pendapat. Bisnis harus hati-hati memilih bagian tidak diminati *Costumer*. *Costumers-Needs* yang dihasilkan dari survei dicatat pada catatan.

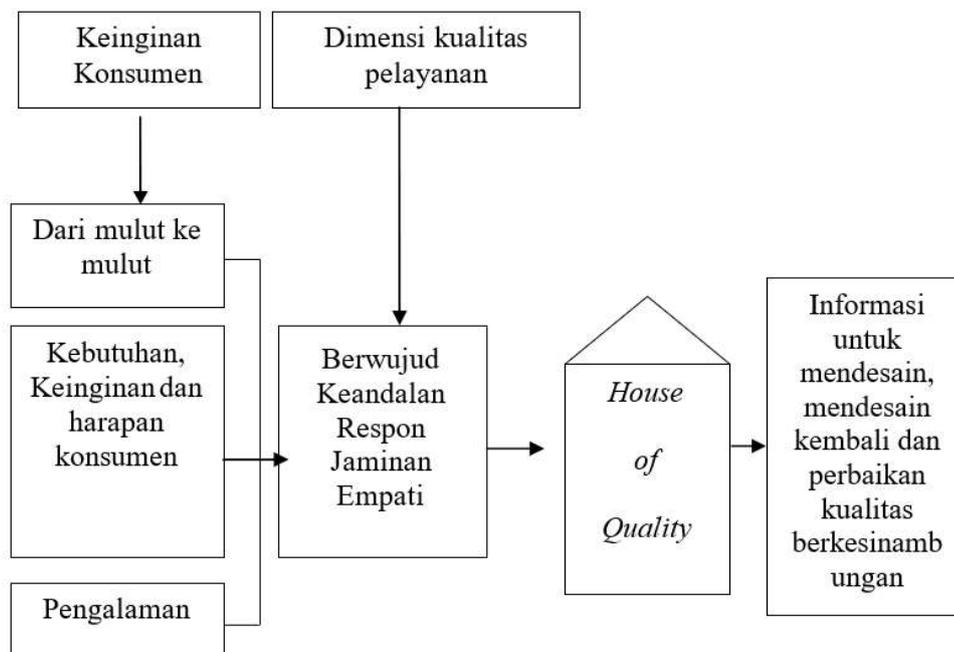
5. Daftar Periksa (*checklist*)

Dari (Budinata & al Huda, 2021) evaluasi performansi yang simple ialah teknik evaluasi ciri. Dalam evaluasi ini, manajer diminta menilai performansi karyawan dengan memakai form yang disebarkan pada kategori performansi. checklist ialah teknik evaluasi kategorikal yang dapat rubah-rubah dalam menerapkan penekanan yang beda pada frasa. Teknik ini memberikan kemudahan dalam mengatasi peningkatan di organisasi serta layanan. Berdasar Tony Wijaya (2019), ada kesulita-kesulitan ketika menyelesaikan pemeriksaan. Kesulitannya ialah:

- A. Frase pada skala evaluasi mungkin mempunyai arti yang berbeda dalam setiap penilai
- B. Penilai tidak dapat membedakan antara *result* evaluasi saat memakai daftar periksa berbobot ini;

C. Penerapan penskoran pembobotan pada apa yang dinilai. Impelentasi QFD di organisasi dengan dasar hasrat *Costumer*.

Alur impelentasi QFD di organisasi yang bergerak pada bidang jasa tidak jauh beda dengan organisasi manufaktur. Ciri ciri ialah dimensi penjaminan mutu yang diterapkan berdasar jajak *Costumer*. Alur impelentasi QFD di organisasi jasa dapat dijelaskan di bawah ini.



Gambar 2.3 Model QFD untuk Organisasi Jasa

Dalam model ini mutu layanan *Costumer-Need* merupakan *result* dari hasrat layanan pada layanan. Mutu layanan berasal dari *experince Costumer* layanan. *Costumer* mengevaluasi alur layanan berlandaskan dimensi mutu pelayanan. Dimensi mutu pelayanan meliputi bentuk, kehandalan, daya tanggap, keamanan serta empati. Dimensi mutu layanan ini kemudian dimasukkan ke dalam matriks House of Quality (HOQ) untuk dianalisis. Matriks House of Quality memberikan

informasi yang dapat dipakai dalam perencanaan, restrukturisasi, serta peningkatan mutu secara berkelanjutan.

2.1.2 Manfaat Teknik QFD

Berdasar Hani (Fajri Hasibuan, 2017), Implementasi dari teknik ini bisa mengefisienkan proyek sejumlah 40% serta *cost* proyek sejumlah 60% serta tetap serta meningkatkan mutu rancangan. Organisasi yang memakai teknik QFD dapat mencapai tiga *profit* utama. *Profit* dari teknik ini ialah:

1) Mengurangi *cost*

Karna memenuhi hasrat *Costumer* maka barang tepat sasaran, akhirnya tidak terjadi rework maupun pemborosan bahan baku karena tidak memenuhi permintaan *Costumer*. Penghematan *cost* dengan menurunkan *cost* mengadakan bahan baku, menurunkan gaji, menyederhanakan alur manufakturing serta mengurangi limbah.

2) Menaikan Tingkat Pemasukan

Ketika *cost* menurun, *result* awal meningkat. Produk yang dibuat dengan teknik QFD dapat memenuhi hasrat *Costumer*.

3) Mengurangi waktu manufakturing

Dengan mengurangi *cost*, kami meningkatkan *result*. Tony Wijaya (2011:79) mengklaim bahwasannya Teknik QFD mempunyai *profit* yakni:

1. Model barang serta layanan terkini memenuhi *Costumers-Needs*.
2. Fokus pada penghematan keseluruhan *time* perencanaan dalam membawa barang baru ke pasar. Perkiraan terbaru menunjukkan penghematan seperusahaanr satu setengah dibandingkan dengan alur QFD sebelumnya.

3. Mendorong pembentukan kelompok pekerja. Putusan alur bisnis dibuat berlandaskan ketelitian dengan mufakat dengan semua mitra. Setiap anggota kelompok kerja penting serta mempunyai ide yang dikontribusikan dalam alur. Berlandaskan kelebihan teknik QFD dari para pakar tersebut, secara praktis ditarik simpulan bahwasannya teknik QFD memungkinkan organisasi dalam mengidentifikasi kebutuhan utama *Costumer*. Dengan teknik QFD, produk yang ditawarkan organisasi dimanufacturing tepat seiring *Costumers-Needs*.

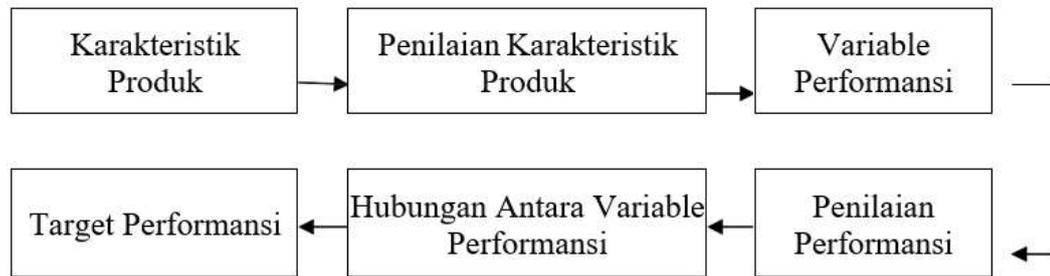
2.1.3 Kekurangan Teknik QFD

Pada alur implementasi teknik QFD ada kekurangan teknik QFD dan perlu di evaluasi. Yakni dapat merubah ukuran kesuksesan suatu organisasi. (Fajri Hasibuan, 2020) menyatakan bahwasannya QFD mempunyai kekurangan, yakni:

- (1) Perlunya kemampuan badan yang berbeda;
- (2) sulit ketika melengkapi matriks;
- (3) Untuk sebagai tools, konsep pemikiran yang kurang jelas;
- (4) Jenis proyek tanpa kelanjutan.

2.1.4 Matriks *House of Quality* (HOQ)

Dari (Budinata & al Huda, 2021) mendefinisikan matriks House of Quality sebagai *tools* dalam mengimplementasikan kerangka kerja QFD. *Result* akhir penerapan teknik QFD ialah matriks House of Quality. Matriks House of Quality ialah matriks yang berbentuk rumah.



Gambar 2.4 Pelaksanaan *House of*

Tahapan membuat HOQ yang tepat seiring diagram, yakni:

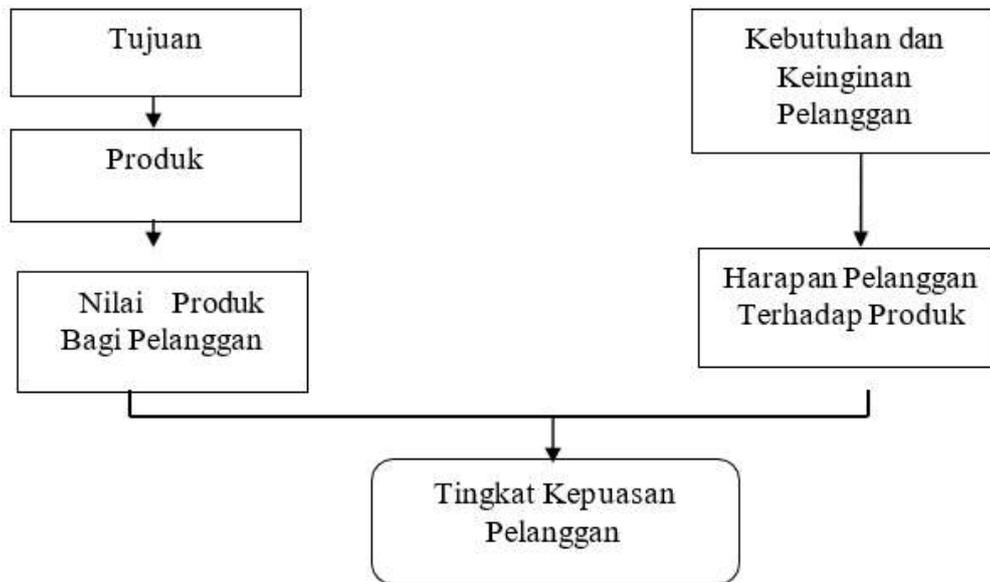
(1) tentukan ciri barang; (2) keistimewaan barang relevan ialah keistimewaan maupun barang yang diinginkan *Costumer*, seperti, alur pengelolaan barang, mutu serta lain-lain; (3) Melakukan evaluasi properti barang. Evluasi yang dipakai dalam mengubah keinginan *Costumer* menjadi rangkaian perawatan produk; (4) menentukan variabel performansi pemasok; (5) Evaluasi performansi organisasi Evaluasi rencana performansi menyangkut kekuatan serta kekurangan organisasi. Saat membuat matriks House of Quality, informasi *Costumer satisfication* dibutuhkan.

2.1.5 *Costumer satisfication*

Costumer bereaksi pada hal yang kurang tepat seiring perasaan individu. Koetler (2007:9) menegaskan bahwasannya *Costumer satisfication* ialah taraf perasaannya akibat perbandingan efisiensi maupun *result* dari presepsinya. *Costumer satisfication* berelandakan presepsi *Costumer*. Indikator puasanya *Costumer* ialah:

(1) *Costumer* Setia; (2) *Feedback Costumer* pada produk; (3) Hasrat *Costumer* puas (4) kebermanfaatan diperoleh setelah memakai Barang serta

Layanan. Evolusi *Costumer satisfaction* dapat dilihat dengan melihat gambar berikut:



Gambar 2.5 Konsep Kepuasan

2.1.6 Tahapan pembuatan *House of Quality*

Berdasar Tony Wijaya (2011:53) tahapan manufakturing matriks House of Quality ialah:

(1) identifikasi *Costumers-Needs* (apa); (2) Pembuatan matriks desain (design matrix). Isi matrik perencanaan matrik rumah mutu ialah yakni: Taraf minat *Costumer* (penting bagi *Costumer*)

Penentuan taraf minat *Costumer* dipakai dalam mengetahui sejauh mana *Costumer* melakukan evluasi maupun harapan mengenai *Costumers-Needs* yang ada.

1) Mengukur *Costumer satisfaction* pada barang (taraf kepuasan saat ini)

Pengukuran *Costumer satisfaction* pada barang bertujuan dalam indikator

seberapa puas *Costumer* pada penggunaan barang.

1) Capaian

Hasil target ini ditetapkan organisasi dalam mencapai taraf puasan *Costumer*. Perencanaan jumlah ini ditarget organisasi.

2) Rasio Perbaikan (*improvement ratio*)

Taraf perbaikan ialah perbandingan antara nilai yang diharapkan oleh organisasi serta taraf *Costumer satisfaction*. Nilai taraf *Costumer satisfaction* yang bergantung pada perbaikan serta utilitas.

3) Titik Jual

Selling Proposition merupakan bagian dari *Costumers-Needs* dalam daya jual barang. Toko didefinisikan oleh organisasi itu sendiri, dengan mempertimbangkan semua aspek barang serta layanan yang ditawarkan kepada *Costumer*. Evluasi Proposal Penjualan terdiri dari kategori berikut.

1= Tidak ada titik jual

1.2 = Titik jual menengah

1.5 = Titik jual kuat

4) *Raw Weight*

Bobot kotor ialah nilai total dari informasi yang terkandung dalam matriks desain *Costumers-Needs*. Berat mentah dipakai dalam pengembangan barang dalam alur perbaikan lebih lanjut.

5) Pengaturan kepentingan teknis

Fase ini, organisasi mengetahui persyaratan teknis memenuhi *Costumers-Needs*. Kepentingan desain merespon keinginan serta kebutuhan masing-masing

Costumer.

- 6) Menentukan korelasi *Costumers-Needs* serta manfaat teknis
- 7) Penentuan Prioritas

Penetapan ini menunjukkan asertaya prioritas dalam dikembangkan terlebih dahulu berlandaskan keunggulan teknis.

2.1.7 Pengisian Matriks *House of Quality*

Melengkapi matriks House of Quality mengikuti tahapan pembuatan matriks House of Quality. Tahapan dalam melengkapi matriks HOQ ialah yakni:

- 1) Mengidentifikasi *Costumers-Needs* (apa)

Pertama mengimplementasikan metodologi QFD ialah mengetahui *Costumers-Needs*. Kelompok melakukan pengumpulan *Costumer* mengenai keinginan dalam barang maupun layanan.

- 1) Buat desain teknis (petunjuk)

Ialah layanan technical design(as). Desain teknis ialah tanggapan organisasi pada permintaan *Costumer* yang masuk dalam daftar *Costumers-Needs*. Taraf minat *Costumer* (kepentingan *Costumer*)

Informasi taraf minat *Costumer* diperoleh dari *result* kuesioner yang dibagikan kepada *Costumer*. Taraf minat *Costumer* ditentukan dengan memakai skala dengan nilai tertinggi.

- 1) Penentuan Taraf *Costumer satisfication*

Taraf *Costumer satisfication* ditentukan dengan menyebarkan kuesioner kepada *Costumer*. *Costumer* menilai pentingnya kebutuhan individu individu pada skala 1-4.

2) Melakukan penentuan hasil capaian (goal)

Nilai target tepat seiring skala pengukuran yang dipakai. Hasil goal disusun sebelumnya berlandaskan aspek-aspek yang ada. Dalam survei *Customer*, skor goal berlandaskan evaluasi organisasi pada *Customers-Needs* dengan importance tertinggi.

3) Rasio Perbaikan (*improvement ratio*)

Rasio peningkatan ialah nilai peningkatan yang dilakukan organisasi dalam mendapatkan barang serta layanan yang memenuhi keinginan *Customer*. Rasio koreksi diwujudkan pada angka yang diperoleh dari *result* perhitungan yang diambil dengan rumus rasio koreksi.

4) Penentuan Titik Jual (*sales point*)

Selling Proposition merupakan bagian dari *Customers-Needs* dalam daya jual barang.

5) *Raw Weight*

Bobot kotor barang serta layanan dinyatakan dalam bobot kotor normal.

6) *Normalized Raw Weight*

Apakah nilai bobot mentah diberikan dalam skala 0-1 maupun sebagai persentase.

7) Menentukan Korelasi *Customers-Needs* (*whats*) serta Respon Unit Usaha (*hows*)

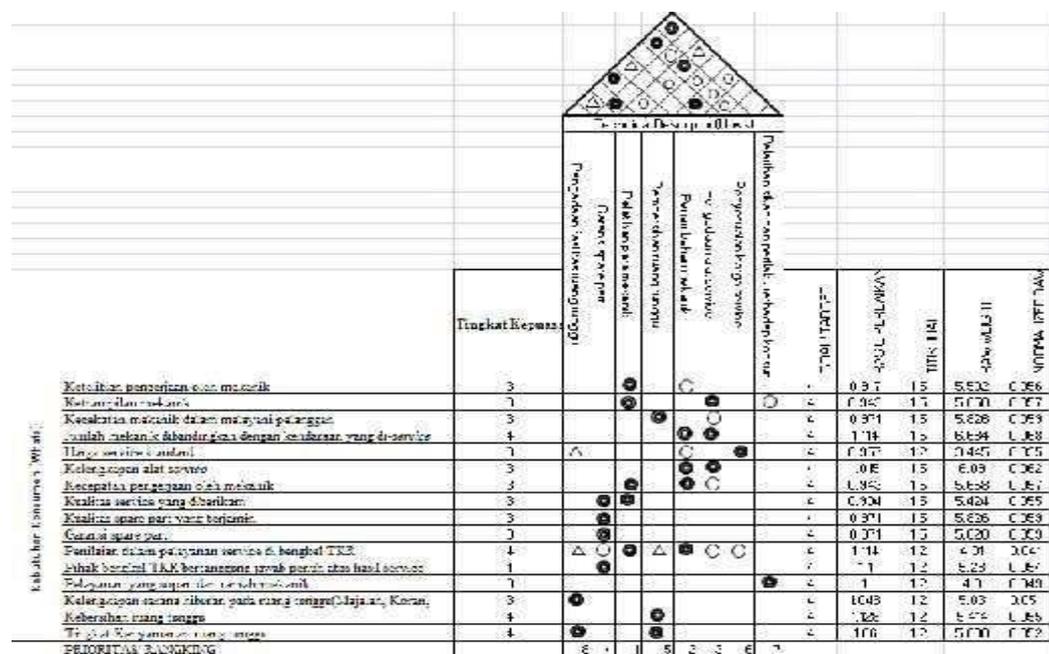
Ketika membuat matriks korelasi, organisasi melakukan penentuan skor korelasi *Customer* dan organisasi serta kemampuan dalam memenuhi kebutuhan tersebut. Setelah rasio ditentukan, nilai rasio diubah menjadi angka. Ketika

korelasi matriks apa serta bagaimana sangat kuat, skornya ialah 9. Ketika korelasi tersebut sesertag, skornya ialah 3. Ketika korelasi tersebut lemah, skornya ialah 1.

8) Penentuan Prioritas

Penetapan ini menunjukkan asertaya prioritas dalam dikembangkan terlebih dahulu berlandaskan keunggulan teknis. Pendahuluan dilandaskan korelasi pemenuhan *Costumers-Needs* serta kebutuhan bisnis. Nilai prioritas dihitung berlandaskan kontribusi korelasi apa serta bagaimana. Prioritas *Costumers-Needs* ialah urutan memuaskan *Customer* lebih utama. Urutan kepentingan dilandaskan dalam korelasi *Costumers-Needs* serta cara organisasi melakukan Pemenuhan.

Setelah semua informasi dievaluasi serta kebutuhan utama *Customer* ditentukan, informasi kemudian dimasukan dalam. *Result* akhir HOQ matrik ialah yang ditunjukkan pada gambar di bawah ini.



Gambar 2.6 Matriks House of Quality

2.1.8 Konsep *Costumer*

Pengertian *Costumer* berdasar Gasperz (2002:48) dijelaskan di bawah ini dalam dua bagian. sebuah.

- a. *Costumer* ialah individu yang tidak bergantung pada perusahaan, namun perusahaan bergantung pada individu tersebut.
- b. *Costumer* ialah individu yang membawa perusahaan pada keinginan individu.

Gasperz (2002:49) berpendapat bahwasannya pada dasarnya ada tiga tipe *Costumer* dalam mutu modern, yakni:

- (1) *Costumer* internal ialah individu-individu yang ada pada organisasi serta mempunyai power pada penawaran (performansi) maupun organisasi;
 - (2) *Costumer* perantara ialah individu yang bertugas sebagai perantara serta tidak *end-user*;
 - (3) *Costumer* luar ialah pembeli maupun *Costumer* akhir dari barang, maupun disebut sebagai *Costumer* aktual
- Wijayanti Dyas Pamungkas (2006:17) mengatakan bahwasannya kebahagiaan mempunyai tiga prinsip, yakni: (1) *Costumer* selalu berusaha memaksimalkan kepuasannya dalam batas kemampuan ekonominya; (2) *Costumer* mengetahui banyak pilihan dalam memenuhi kebutuhan individu; (3) *Costumer* selalu melakukan hal masuk akal
- Berlandaskan definisi tersebut ditarik simpulan bahwasannya *Costumer satisfaction* ialah keyakinan *Costumer* dalam memakai barang yang ditawarkan organisasi.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang menjadi referensi dari penelitian ini seperti yang ada di dalam table yang saya lampirkan di bawah:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel	Result Penelitian
1	(Siswiyanti et al., 2019) ISSN: 1412-6869 e-ISSN: 2460-4038	The Application of Quality Function Deployment (QFD) Towards The Design of Batik Coloring Machines to Increase The Value of Fading and Stains on Fabrics	Selisih rata-rata antara sebelum serta sesudah percobaan ialah 0,060 maupun meningkat menjadi 6%, sesertagkan dalam analisis uji mutu batik, nilai gosokan kain kering serta basah mempunyai selisih rata-rata antara sebelum serta sesudah percobaan sejumlah 0,100 maupun meningkat sejumlah 10%. Waktu baku yang dihasilkan dari alur pengukuran memakai mesin celup yang dilakukan oleh 20 individu pembatik mempunyai nilai 0.2701 jam/unit dengan total keluaran 4 satuan/jam, sesertagkan waktu baku dalam kegiatan pewarnaan yang memakai ember celup ialah 0,5346 jam/unit dengan total output 2 unit/jam.
2	(Sugianto & Prasetyo, 2018) ISSN (Print) 2088-4842 ISSN (Online) 2442-8795	Penerapan Quality Function Deployment (QFD) pada Pengembangan Barang Sabun di UKM Kota Batam	Melalui analisis faktor eksploratif, organisasi bisa mendapatkan harapan <i>Costumer</i> yang mungkin tidak tergalil melalui kuesioner. Melalui gambaran umum ini, harapan <i>Costumer</i> dirinci hingga tahap tersier. Prioritas harapan <i>Costumer</i> ditentukan berlandaskan data kuesioner akhirnya pengalokasian sumber daya dapat dilakukan dengan tepat. Rincian ekspektasi ini terkait dengan ciri teknis. Melalui ciri teknis, organisasi mampu membuat barang tepat seiring

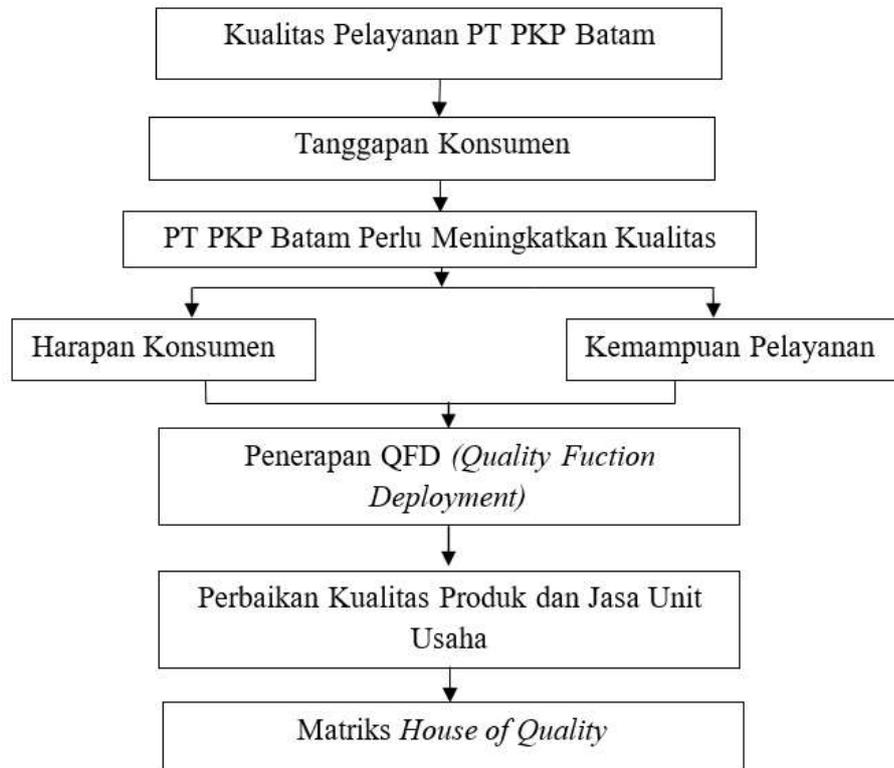
			harapan <i>Costumer</i>
3	(Lukman & Wulandari, 2018) ISSN 1978-1431 print / ISSN 2527-4112	Peningkatan Mutu Barang Cokelat Dengan Integrasi Teknik Kano Serta QFD	<i>Result</i> penelitian menunjukkan ada 23 atribut yang merupakan keinginan <i>Costumer</i> serta 11 respons teknis yang menjadi prioritas pengembangan di antaranya membuat desain kemasan baru, melakukan inspeksi komposisi serta mutu bahan baku, memilih font yang mudah dibaca <i>Costumer</i> , menambahkan filling kacang mete serta giat dalam melakukan promosi melalui instagram.
4.	(Siregar & Adhinata, 2017) ISSN 1411 - 5247	Perancangan Barang Tempat Tisu Multifungsi Dengan Memakai Quality Function Deployment (Qfd)	Kemudian dilakukan Quality Function Deployment dalam meningkatkan mutu barang tepat seiring <i>Costumers-Needs</i> . Pembangperusahaann alternatif dengan Morphological Chart dilakukan dalam mencapai solusi permasalahan desain barang. Ada 4 alternatif dengan nilai kepentingan relatif dalam alternatif 1 = 4,8719; alternatif 2 = 3,7723; alternatif 3 = 3,4941 serta alternatif 4 = 2,8785. Langkah selanjutnya ialah melakukan rekayasa nilai pada barang melalui penyempurnaan detail dalam meningkatkan nilai barang serta menurunkan <i>cost</i> manufakturing. <i>Cost</i> yang dikeluarkan dalam pembuatan barang sebelum perbaikan detail ialah Rp 152.352, sesertagkan <i>cost</i> yang dikeluarkan setelah perbaikan detail ialah Rp. 130602,
5.	(Wilujeng & Rembulan, 2019) p-ISSN 2407-781X, e-ISSN 2655-2655	Perancangan Model Mutu Pelayanan Puskesmas Dengan Teknik Importance Performance Analysis (Ipa) Serta Quality Function Deployment	Meningkatkan respon terhadap keluhan pasien merupakan prioritas utama yang harus dilaksanakan Puskesmas untuk meningkatkan kepuasan pasien. Jawaban teknisnya, menurut urutan kepentingannya, tenaga

		(Qfd)	medis harus memberikan jawaban yang jelas mengenai cara penanganan pasien, dan dokter umum harus lebih detail dalam memberikan obat yang tepat sesuai dengan penyakit pasien.
6	(Fajri Hasibuan, 2020) ISSN: 1411-5247 e-ISSN: 2527-9408	Perancangan Shelter Bus Mebidang Dengan Menggunakan Quality Function Deployment (QFD)	tujuan dalam penelitian ini adalah mendisain shelter yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Hasil dan kesimpulan yang diperoleh dengan menggunakan QFD diperoleh keinginan konsumen untuk desain halte antara lain. Ukuran Halte ± (7 x 3 x 4) m, Lampu penerang halte bus ± 3 buah, Warna Cat halte merah dan biru, Ukuran anak tangga tingginya ± 12cm dan lebar ± 30, Bahan kerangka terbuat dari beton , Bahan tempat duduk terbuat dari stainless, Memiliki fungsi tambahan informasi rute, Memiliki fungsi tambahan informasi harga

7	(Fajri Hasibuan, 2017) ISSN 1411 – 5247 ISSN Online 2527-9408	Perancangan Produk Tas Travel Multifungsi Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD)	Hasil karakteristik Perancangan Tas Travel yaitu Bentuk tas travel persegi panjang, Bentuk gagang tas travel persegi panjang, Warna tas travel biru dan merah bata, Ukuran tas travel dimana panjang 51 dan lebar 26 cm, Tinggi gagang tas travel 45 cm, Tinggi badan tas travel 43 cm, Hiasan/motif pada tas travel polos, Bahan tas travel polimer Bahan gagang tas travel plastic, Bahan roda tas travel aluminium steel, Fungsi tambahan pada tas travel adalah tempat minum dan jas hujan
8	(Budinata & al Huda, 2021) ISSN (Cetak) 2798-0405 eISSN (Online) 2797-1775	Perkembangan Mutu Pada Proyek Konstruksi: Sebuah Kajian Literatur	Dari hasil pembahasan, mayoritas penelitian yang dilakukan oleh para peneliti terkait dengan pembahasan rework, penyebab proyek konstruksi. Namun demikian masih banyak peluang untuk melakukan penelitian dengan topik lain yang sejenis. Dari hasil kajian ini juga terungkap bahwa, hambatan dan tantangan terbesar dalam mengelola mutu proyek konstruksi ada pada faktor terkait konstruksi yaitu pengawasan lapangan oleh kontraktor yang kurang memadai, pengalaman dan pengetahuan teknis kontraktor rendah, keterampilan dan pengalaman pekerja yang rendah, serta waktu penyelesaian konstruksi yang terbatas

2.3 Kerangka Berfikir

Kerangka pada penelitian ini ialah sebagai berikut:



Gambar 2.7 Gambar kerangka pemikiran