

**PENGEMBANGAN PRODUK HANGER LIPAT
SESUAI DENGAN KEINGINAN
KONSUMEN**

SKRIPSI



**Oleh :
Nur Akmal
130410086**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**PENGEMBANGAN PRODUK HANGER LIPAT
SESUAI DENGAN KEINGINAN
KONSUMEN**

SKRIPSI

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



**Oleh :
Nur Akmal
130410086**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, dan/atau magister), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain;
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing;
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka;
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi;

Batam, 7 Februari 2018
Yang membuat pernyataan

Nur Akmal
130410086

**PENGEMBANGAN PRODUK HANGER LIPAT
SESUAI DENGAN KEINGINAN
KONSUMEN**

**Oleh :
Nur Akmal
130410086**

SKRIPSI

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

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

Batam, 7 Februari 2018

Adi Nugroho. S.T., M.Eng.

Pembimbing
ABSTRAK

Proses penggunaan hanger yang di lakukan pada usaha laundry seperti proses penjemuran pakaian dan penyimpanan hanger yang di lakukan secara terus-menerus, sehingga masih sering terjadi kerusakan pada produk hanger seperti: patah, karatan, pecah dan penyimpanan memakan tempat, Persaingan harga yang begitu murah yang belum tentu sesuai dengan fungsi dan desain yang di harapkan pengusaha laundry. Hal ini menjadikan produk local kurang diminati. Dari permasalahan yang terjadi maka penelitian ini di lakukan dengan tujuan untuk mengetahui data atribut yang di butuhkan konsumen atau pengguna sebagai variabel bebas dengan variable terikat yaitu memenuhi ekpektasi kebutuhan pada usaha laundry. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan koesioner. Data yang di peroleh dari hasil pengumpulan data selanjutnya di olah dengan pendekatan deskriptif kuantitatif dan metode analisa *Quality Function Deployment*. Dari hasil penelitian yang di lakukan, terdapat 13 atribut produk yang berpengaruh terhadap kepuasan pengguna hanger lipat yaitu bahan utama, gantungan (*hook*), engsel atau baut, model hanger, desain yang sesuai dengan pola pakain, desain yang mudah di gunakan, dimensi ukuran panjang, dimensi ukuran tinggi, dimensi ukuran panjang, variasi warna, fungsi utama menjemur pakaian, fungsi utama menyimpan pakaian, fungsi tambahan penjepit pakai dan dapat di lipat . dari hasil perhitungan derajat kepentingan segi fungsi dari produk yang diinginkan pengguna mencapai 29,77% dan tingkat kesulitan terdapat pada bahan material mencapai 68,78% yang artinya sangat sulit.

Kata Kunci : Desain hanger, Fungsi, ekspektasi konsumen

ABSTRACT

The process of using hanger is done on the business of laundry such as the process of clothes drying and storage hanger is done continuously, so there is often damage to the hanger products such as: broken, rusted, broken and storage takes place, Competition is so cheap price not necessarily in accordance with the functions and designs that are expected of the businessman's laundry. This makes local products less desirable. From the problems that occur then this research is done with the aim to know the attribute data in need of consumers or users as independent variables with the dependent variable that meets the needs expectation on the laundry business. This research uses data collection method by observation, interview and koesioner. Data obtained from the results of further data collection in though with quantitative descriptive approach and the method of analysis of Quality Function Deployment. From the results of research conducted, there are 13 product attributes that affect the user satisfaction hanger folding of the main material, hook (hook), hinges or bolts, hanger models, designs in accordance with the pattern pakain, easy to use design, dimension length , high-dimensional dimensions, dimensions of length size, color variations, main function of clothes drying, the main function of storing clothes, additional function of clamp wear and can fold. of the calculation of the degree of importance in terms of function of products that cool the user reaches 29.77% and the level of difficulty is in the material reaches 68.78% which means very difficult.

Keywords: *Design hanger, Function, consumer expectations*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi Teknik Industri Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Nur Elfi Husda, S,Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Welly Sugianto, S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Putera Batam.
3. Bapak Adi Nugroho, S.T., M.Eng. selaku pembimbing penulisan Skripsi pada Program Studi Teknik Industri Universitas Putera Batam.
4. Bapak dan ibu dosen beserta staff Universitas Putera Batam.
5. Seluruh pengusaha laundry kawasan botania yang telah me mbantu dalam proses penelitian saya.
6. Kedua orang tua saya yang selalu mendukung dalam pendidikan saya.
7. Teman dan sahabat yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufikNya, Amin.

Batam, 7 Februari 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	2
1.3. Rumusan Masalah.....	3
1.4. Batasan Masalah	3
1.5. Tujuan Penelitian	4
1.6. Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1. Peran kualitas terhadap kepuasan konsumen	5
2.2. Peran Desain Terhadap Produk	7
2.2.1. Desain Produk	7
2.2.2. Produk	7
2.3. Hanger (Gantungan Baju)	8
2.3.1. Jenis dan Manfaat Hanger (Gantungan Baju)	9
2.4. Konsep Quality Fancion Deployment.....	11
2.4.1. Quality Fancion Deployment	11
2.4.2. House Of Quality	12
2.5. Pengujian Validitas dan Realibilitas Instrumen	14
2.5.1. Uji validitas	14
2.5.2. Uji Realibilitas.....	16

2.6. Penelitian Terdahulu	17
2.7. Karangka Pemikiran	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	16
3.1. Desain Penelitian	16
3.2. Tahapan penelitian.....	20
3.2. Variabel Penelitian.....	21
3.4. Populasi dan sampel.....	21
3.5. Pengumpulan Data.....	22
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	22
3.7. Teknik Analisis Data	23
3.8. Lokasi dan jadwal Penelitian.....	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	25
4.1. Pengumpulan data.....	25
4.1.1. Koesioner terbuka.....	25
4.1.2. Koesioner tertutup	26
4.2. Pengolahan data koesioner	27
4.2.1. Uji validitas	27
4.2.2. Uji realibilitas	30
4.3. Pembuatan <i>House Of Quality</i> (HOQ).....	31
4.3.1. Hubungan kebutuhan konsumen dengan karakteristik teknis.....	31
4.3.2. Hubungan teknis	33
4.3.3. Perhitungan.....	34
4.4. Perancangan desain produk hanger lipat.....	42
4.4.1. Prototype Desain Hanger lipat	43
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	44
5.1. Simpulan	44
5.1. Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN 1 DATA PENDUKUNG PENELITIAN	
LAMPIRAN 2 DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN 3 SURAT KETERANGAN PENELITIAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Matrik Struktur QFD	12
Gambar 2.2 Karangka pemikiran.....	18
Gambar 3.1 Desain Penelitian	16
Gambar 4.1 Koesioner Tertutup.....	26
Gambar 4.2 Hubungan antara Sesama Karakteristik Teknik.....	33
Gambar 4.3 Produk pesaing 1	36
Gambar 4.4 Produk Pesaing 2	36
Gambar 4.5 HOQ hanger Lipat	39
Gambar 4.6 Prototype Desain Hanger lipat	43
Gambar 5.1 Prototype Desain Hanger Lipat	44

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Sumber data observasi lapangan	2
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	24
Tabel 4.1 Hasil rekaputasi jawaban kuesioner terbuka.....	25
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Angket Produk Rancangan.....	27
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Angket Produk pesaing 1	28
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Angket Produk pesaing 2	29
Tabel 4.5 Hasil Uji Realibilitas	30
Tabel 4.6 Matrik antara atribut produk hanger lipat dan krakteristik teknik	31
Tabel 4.7 Data Persepsi Konsumen Dari Hasil Koesioner Tertutup	37

DAFTAR RUMUS

Rumus 2.1 Uji validitas.....	15
Rumus 2.2 Uji Realibilitas	16



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bisnis laundry merupakan bisnis jasa kepercayaan, untuk memperoleh kepercayaan konsumen dibutuhkan hasil kerja yang baik, dan dapat dipercaya. Perubahan gaya hidup dan pola berfikir masyarakat ikut menyokong tumbuhnya bisnis laundry ini. Yang pasti peluang pasarnya masih sangat besar untuk diperebutkan (Spriyadi ,2009:17).

Dalam hal proses penggunaan hanger yang di lakukan pada usaha laundry seperti proses penjemuran pakaian dan penyimpanan hanger yang di lakukan secara terus-menerus, sehingga masih sering terjadi kerusakan pada produk hanger seperti: patah, karatan, pecah dan penyimpanan memakan tempat. Hal ini di sebabkan minimnya pengetahuan yang di peroleh oleh pengguna. Kondisi ini karna membeludaknya produk hanger lipat di pasaran yang di import dari luar negeri seperti dari Cina, Cukup meresahkan kreatifitas industry lokal. Hal ini menjadikan produk local kurang diminati. Persaingan harga yang begitu murah yang belum tentu sesuai dengan fungsi dan desain yang di harapkan pengusaha laundry.

Dari data observasi yang telah dilakukan sebelumnya di beberapa distribusi produk hanger, di peroleh informasi harga yang ada di kota batam yang di dominasi dari negara cina, beberapa contoh produk yang berasal dari Negara tersebut di antaranya dapat dilihat pada Tabel 1.1

Tabel 1.1 Sumber data observasi lapangan

No	Jenis hanger	Harga	Produk
1	Wonder Hanger Magic	9.900	Cina
2	Hanger Portable	5.600	Cina
3	Hanger Traveling	4400	Cina
4	Hanger Lipat Indoor	6500	Cina
5	Hanger Multi Fungsi	7900	Cina

Bagi Perusahaan, produk yang didesain dengan baik adalah produk yang mudah diproduksi dan didistribusikan, sedangkan bagi pelanggan, produk yang didesain dengan baik adalah produk yang menyenangkan untuk dilihat dan mudah dibuka, dipasang digunakan, diperbaiki serta dibuang. Kotler (2005)

Berdasarkan latar belakang inilah, maka perlunya perancangan ulang pada produk hanger sehingga dapat menyelesaikan permasalahan yang di hadapi oleh pengusaha laundry. Penelitian ini bertujuan untuk merancang produk hanger yang sesuai dengan kebutuhan konsumen yang dalam penelitian ini adalah pengusaha laundry, dan hasil penelitian ini di harapkan di peroleh informasi kebutuhan aktual dari suatu produk hanger pakaian.

1.2. Identifikasi Masalah

Murahnya hanger lipat import dari negara tetanga belum tentu sesuai dengan kebutuhan pengusaha laundry sehingga perlunya peancangan ulang untuk memenuhi kebutuhan pengusaha laundry

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah hanger lipat sekarang sudah sesuai dengan kebutuhan pengusaha laundry?
2. Bagaimana model hanger lipat yang di inginkan oleh pengusaha laundry?

1.4. Batasan Masalah

Agar masalah tidak melebar dari tema yang dibahas maka diperlukan batasan masalah. Batasan-batasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Produk yang akan jadi bahasan dalam penelitian pengembangan produk ini adalah produk hanger lipat *portable*.
2. Sample penelitian di ambil di laundry yang ada di kawasan botania.
3. Penelitian ini di batasi sampai pada perancangan produk.
4. Penelitian ini tidak membahas masalah biaya-biaya perancangan produk
5. Produk hanger lipat yang di jadikan sebagai objek observasi adalah produk yang umum di pakai oleh pengusaha laundry. (hanya berfungsi untuk menjemur pakaian).
6. Penelitian ini hanya berupa gambar prototype dari hanger lipat yang sesuai dengan kebutuhan pengusaha laundry.

1.5. Tujuan Penelitian

Searah dengan rumusan permasalahan, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apa hanger lipat yang sudah ada di pasaran sekarang sudah sesuai dengan dengan kebutuhan pengusaha laundry
2. Untuk mengetahui model rancangan apa yang di inginkan pengusaha laundry

1.6. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

- a. Untuk mengembangkan keilmuan di bidang pembelajaran pengembangan produk.
- b. Untuk menambah khasana kajian ilmiah dalam mengembangkan media pembelajaran.

2. Manfaat praktis

untuk memenuhi tugas akhir bagi penulis, untuk menambah pengetahuan penulis dan dapat di manfaatkan sebagai referensi ilmiah untuk pengembangan ilmu khususnya tentang pengembangan produk.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Peran kualitas terhadap kepuasan konsumen

2.1.1. Kualitas

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya (Kotler dan Armstrong 2010:27). Kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan, artinya kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan- persyaratan tersebut (Runtunuwu, Oroh, & Taroreh, 2014).

Para peminat atau pelanggan potensial menginginkan agar produk harus dibuat berkualitas, terutama dalam memenuhi harapan konsumen agar menjadi puas dan loyal pada perusahaan. Kotler dan Armstrong (2010:27) mengemukakan bahwa: Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Setiap perusahaan yang menginginkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas, yang ditampilkan baik melalui ciri-ciri luar (*design*) produk maupun inti (*core*) produk itu sendiri (Weenas, 2013).

2.1.2. Kepuasan Konsumen

Kotler dan Keller (2012:46) mendefinisikan kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa. (Diza, Moniharapon, & Ogi, 2016). Dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Lupiyoadi, 2006:15) antara lain:

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
5. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

2.2. Peran Desain Terhadap Produk

2.2.1. Desain Produk

Desain produk dideskripsikan sebagai sebuah bidang keahlian yang mempertemukan kerja seniman, kriyawan, insinyur, dan manajer (pemasaran). desain produk menjadi kategori keahlian tersendiri, sebagaimana bidang-bidang spesifik desain lainnya di kala itu, yakni : graphic design, interior design, jewelry design, fashion design, dan lain-lainnya. Di tahun 1957,(Yuliarty, Permana, & Pratama, 2013)

Desain Produk juga dapat di artikan suatu tindakan yang kritikal dalam menghadapi tingkat persaingan yang ketat. Pelanggan juga harus di jaga perasaannya sehingga dapat tetap tanggap atas permintaannyadi pasar. Di dalam desain produk hal ynag pertama yang harus di perhatikan adalah tujuan dari desain produk yang akan di lakukan. Dan fokus utamanya dari suatu desain prdouk adalah upaya pencapaian kepuasan pelanggan.(Assauri, 2016)

2.2.2. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang di tawarkan kepada suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Segala sesuatu yang termasuk kedalamnya adalah barang berwujud, jasa, events, tempat, organisasi, ide atau pun kombinasi antara hal-hal yang baru saja disebutkan. Siswanto Sutojo mengemukakan bahwa (2005:78) ada beberapa faktor penting yang wajib diperhatikan perusahaan dalam menyusun strategi produk mereka.

Faktor pertama adalah strategi pemilihan segmen pasar yang pernah mereka tentukan sebelumnya. Adapun faktor kedua adalah pengertian tentang hakekat produk di mata pembeli. Faktor ketiga adalah strategi produk pada tingkat kombinasi produk secara individual, pada tingkat seri produk dan pada tingkat kombinasi produk secara keseluruhan. Adapun faktor keempat adalah titik berat strategi pemasaran pada tiap tahap siklus kehidupan produk. (Yulianty et al., 2013)

2.3. Hanger (Gantungan Baju)

Gantungan baju berasal dua kata yaitu Gantungan dan Baju. Dalam KBBI, berasal dari kata dasar gantung (sangat, kait), Gantungan berarti alat untuk menyangkutkan sesuatu. sedangkan Baju adalah pakaian penutup badan bagian atas (banyak ragam dan namanya). Jika digabungkan, Gantungan Baju berarti alat untuk menyangkutkan atau menggantungkan baju. (wikipedia.org)

Pada awal mulanya, Gantungan baju terbuat dari kayu yang diciptakan oleh Presiden Thomas Jefferson. Tetapi, sekarang yang kita banyak pakai yaitu gantungan yang terbuat dari besi yang diciptakan oleh Albert J. Parkhouse. Pada tahun 1903, bermula dari Parkhouse yang ingin menggantungkan mantelnya saat ia baru datang ke tempat kerjanya yaitu Timberlake kawat an Novelty Company di Jackson, Michigan. Pada saat itu, tempat untuk menggantungkan mantelnya habis. Kesal, Parkhouse mengambil sepotong kawat, membengkokkannya menjadi dua lingkaran lonjong berlawanan satu sama lain, dan memutar kedua ujungnya kembali membentuk sebuah pengait. Setelah ia membuatnya, ia menggantung mantelnya itu dengan menggunakan gantungan yang ia buat yang kemudian ia

letakkan pada paku penggantung mantel yang sudah berisikan mantel milik karyawan lain (Wikipedia.org)

2.3.1. Jenis dan Manfaat Hanger (Gantungan Baju)

Berikut ini adalah jenis dan manfaat dari bentuk dari hanger. sumber *www.wolipop.detik.com* (Daniel, 2016):

1. Gantungan Kawat

Seperti dikutip dari *Vervegirl.com*, gantungan yang satu ini boleh dibilang lebih banyak kekurangan ketimbang kelebihan. Dari segi harga, gantungan kawat adalah yang termurah dari gantungan lain. Tidak heran jika gantungan ini umum digunakan jasa penatu (dry-cleaner). Kekurangannya, bahan kawat rentan berkarat. Selain itu, mengingat bahannya yang tipis, gantungan kawat tidak kuat menggantung pakaian berat. Lengkungannya yang cenderung runcing terkadang juga meninggalkan bekas pada pakaian sampai-sampai menyetriknya pun tidak mempan. Jika memang terpaksa, sebentar saja menggunakannya.

2. Gantungan Tumbular

Gantungan ini memiliki lengkungan yang lebih besar pula seperti tabung (tubular). Cocok untuk menggantung kaus, gantungan tubular biasanya juga dilengkapi lengkungan kecil pada bagian bahu untuk menggantung baju atau gaun bertali. Bermaterialkan plastik, gantungan tubular bebas dari masalah karatan. Tapi seperti kawat, plastik adalah bahan yang

ringan sehingga tidak cocok untuk menggantung pakaian berat seperti coat atau busana berbahan tebal lainnya

3. Gantungan Plastik molded

Dengan bentuk bahunya yang lebih melengkung, gantungan ini tidak akan meninggalkan bekas pada pakaian. Biasanya, gantungan plastik molded juga dilengkapi kawat dengan jepitan yang bisa dipakai untuk menggantung celana

4. Gantungan Berbantal

Padded hanger atau gantungan berbantal cocok untuk menggantung segala jenis busana bertali seperti lingerie dan gaun. Bagian bantal umumnya diselimuti bahan-bahan lembut semisal satin sehingga mengurangi risiko menyobek pakaian. Ada pula yang ditambah kancing di kedua ujungnya supaya pakaian tidak mudah terselip. Tapi gantungan ini tidak direkomendasikan untuk coat dan busana berbahan tebal lainnya karena akan meninggalkan bekas bervolume pada bahu pakaian.

5. Gantungan Kayu

Para pria biasanya memfavoritkan gantungan ini karena materialnya yang cenderung kuat ideal untuk menggantung setelan, jaket, coat, dan pakaian berbahan tebal lainnya. Nilai plus, gantungan ini juga bisa memperpanjang umur pakaian Anda karena bentuknya yang cenderung memakan tempat akan memberikan jarak pada setiap pakaian. Hal ini memungkinkan udara bersirkulasi dengan baik dan mengurangi gesekan

antar bahan. Kayu cherry, walnut, dan ash, adalah beberapa jenis kayu yang jamak dipakai sebagai material gantungan kayu.

2.4. Konsep Quality Function Deployment

2.4.1. Quality Function Deployment

QFD merupakan metode atau alat bantu, guna melakukan perancangan dan pengembangan produk yang terstruktur, yang memungkinkan tim pengembangan produk dapat mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan customer dengan jelas, kemudian mengevaluasi masing-masing kemampuan produk atau kemampuan pelayanan yang ditawarkan secara sistematis guna memenuhi kebutuhan customer. (Dantes, Pendidikan, Mesin, Teknik, & Kejuruan, 2013)

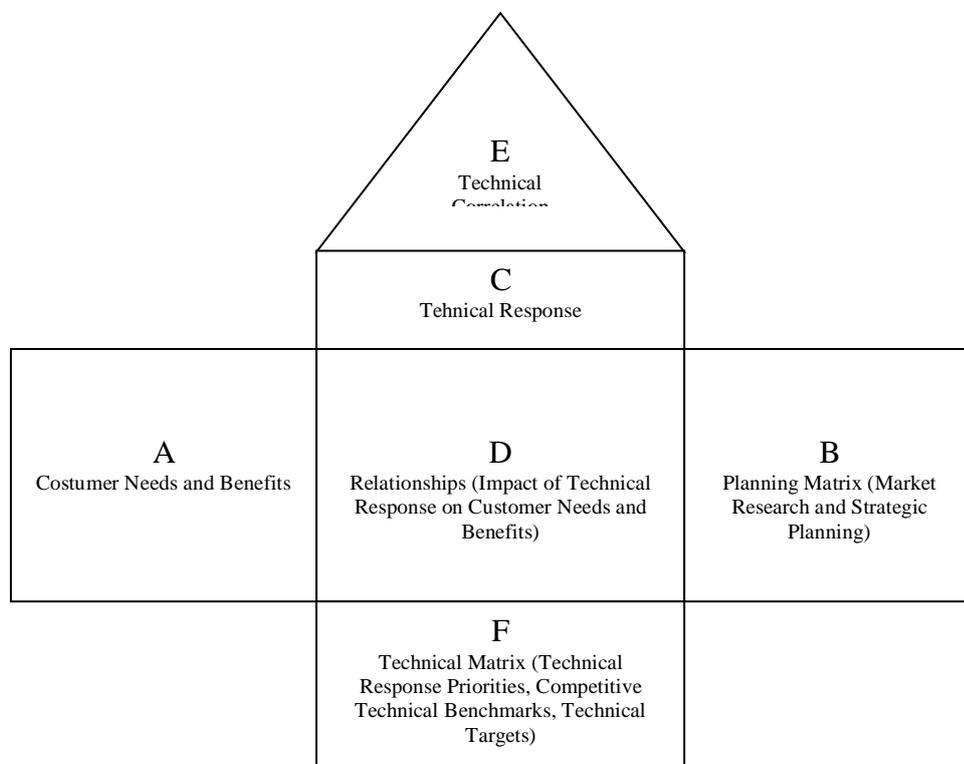
(Gazpers 1998) QFD sebagai suatu proses atau mekanisme terstruktur untuk menentukan kebutuhan pelanggan dan menterjemahkan kebutuhan-kebutuhan itu ke dalam kebutuhan teknis yang relevan, dimana masing-masing area fungsional dan level organisasi dapat mengerti dan bertindak (Yuliarty et al., 2013)

Berdasarkan definisinya, QFD merupakan praktek untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. QFD menerjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan organisasi. QFD memungkinkan organisasi untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan tersebut, dan memperbaiki proses hingga tercapai efektifitas maksimum. QFD juga merupakan praktek menuju perbaikan proses yang dapat memungkinkan organisasi untuk melampaui harapan pelanggannya. Tujuan dari QFD sendiri tidak hanya memenuhi sebanyak

mungkin harapan-harapan pelanggan, tapi juga berusaha melampaui harapan pelanggan sebagai cara untuk berkompetisi, sehingga diharapkan konsumen tidak menolak dan tidak komplain tapi malah menginginkannya.(Tutuhatunewa, 2010).

2.4.2. House Of Quality

Rumah kualitas atau biasa disebut Juga House of Quality (HOQ) merupakan tahap pertama dalam penerapan metodologi QFD. Secara garis besar matriks ini adalah upaya untuk mengkonversi voice of customer secara langsung terhadap persyaratan teknis atau spesifikasi teknis dari produk atau jasa yang dihasilkan.(Yuliarty et al., 2013) Berikut ini Gambar 2.2. adalah struktur matrik pada HOQ.



Gambar 2.1 Matrik Struktur QFD (Sumber : Nasution 2001)

Keterangan : Sumber (Dantes et al., 2013)

Bagian (A) : Berisi data/informasi yang diperoleh dari penelitian pasar tentang kebutuhan dan keinginan konsumen.

Bagian (B): Berisi 3 jenis data yaitu :

1. Data pasar kuantitatif, yang menunjukkan tentang kepentingan relatif dari customer needs and benefits, dan tingkat kepuasan customer terhadap kompetisi tawaran saat ini dan organisasi.
2. Penetapan tujuan strategis untuk pelayanan dan produk baru.
3. Perhitungan untuk urutan prioritas dari keinginan dan kebutuhan customer.

Bagian (C) : Berisi persyaratan teknis untuk produk jasa baru yang akan dikembangkan. Data diturunkan berdasarkan informasi yang diperoleh mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen.

Bagian (D) : Berisi penilaian manajemen mengenai kekuatan hubungan antara elemen-elemen yang terdapat pada (technical respon) persyaratan teknis (Bagian: C) terhadap (customer needs) keinginan konsumen (Bagian: A).

Bagian (E) : Menunjukkan korelasi antara persyaratan teknis yang satu dengan yang lain yang terdapat di (Bagian: C).

Bagian (F) : Berisi 3 jenis data yaitu :

1. Urutan tingkat kepentingan (prioritas) persyaratan teknis didasarkan pada urutan customer needs dan urutan keinginan dari Bagian: B dan hubungannya pada Bagian: D

2. Informasi hasil perbandingan kinerja teknis produk/jasa yang dihasilkan oleh perusahaan terhadap kinerja produk pesaing.
3. Target kinerja persyaratan teknis produk atau jasa yang baru dikembangkan.

2.5. Pengujian Validitas dan Realibilitas Instrumen

Agar mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel maka instrumen yang valid dan reliabel merupakan salah satu syarat mutlak (Sugiyono,2004). Instrumen yang valid adalah instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur sesuatu yang memang ingin diukur atau dengan kata lain instrumen yang valid menghasilkan data yang tepat. Sementara instrumen dikatakan reliabel jika instrumen tersebut dapat memberikan data yang konsisten dalam beberapa kali pengukuran.

2.5.1. Uji validitas

Uji validitas merupakan tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur (Sugiyono, 2004). Dengan demikian, instrumen yang valid merupakan instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak di ukur. Dengan kata lain, uji validitas ialah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (konten) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen (kuesioner) yang digunakan

dalam suatu penelitian. Untuk mengetahui kevalidan dari instrument yang digunakan dalam pengumpulan data yang diperoleh dengan cara mengkorelasikan setiap skor variable jawaban responden dengan total skor masing-masing variable, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan total skor masing- masing variable, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05 dan 0,01. Tinggi rendahnya validitas instrumen akan menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Secara umum ada dua rumus atau cara Uji Validitas yaitu dengan Korelasi Bevariate Pearson dan Correlated Item-Total Correlation. Korelasi Bevariate Pearson adalah salah satu rumus yang dapat digunakan untuk melakukan uji validitas data dengan program SPSS dengan demikian penulis menggunakan Rumus Bivariate Pearson (Korelasi Pearson Product Moment) dalam melakukan Uji Validitas.(Putra, Sholeh, & Widyastuti, 2014)

Rumus Persamaan korelasi *Product Moment Pearson* adalah sebagai berikut (Walpole,1990):

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \dots\dots\dots\text{Rumus 2.1}$$

Keterangan :

X : Skor variabel

Y : Skor total variabel

N : Jumlah responden

Kuesioner dikatakan valid apabila nilai koefisien validitas setiap atribut lebih besar dari nilai r.

2.5.2. Uji Realibilitas

Uji Reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel yang berbeda. Dalam program SPSS akan dibahas untuk uji yang sering digunakan penelitian mahasiswa adalah dengan menggunakan metode Alpha (Cronbach's). Metode Alpha sangat cocok digunakan pada skor berbentuk skala (misal 1-4, 1-5) atau skor rentangan (misal 0-20, 0-50) (Putra et al., 2014)

Rumus dari Metode Alpha (Cronbach's) adalah :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right) \dots\dots\dots \text{Rumus 2.2}$$

Jika nilai alpha > 0,7 artinya reliabilitas mencukupi (sufficient reliability) sementara jika alpha > 0,80 ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten secara internal karena memiliki reliabilitas yang kuat. Atau, ada pula yang memaknakkannya jika alpha > 0,90 maka reliabilitas sempurna. Jika alpha antara 0,70 – 0,90 maka reliabilitas tinggi. Jika alpha antara 0,50 – 0,70 maka reliabilitas moderat. Jika alpha < 0,50 maka reliabilitas rendah. Jika alpha rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

2.6. Penelitian Terdahulu

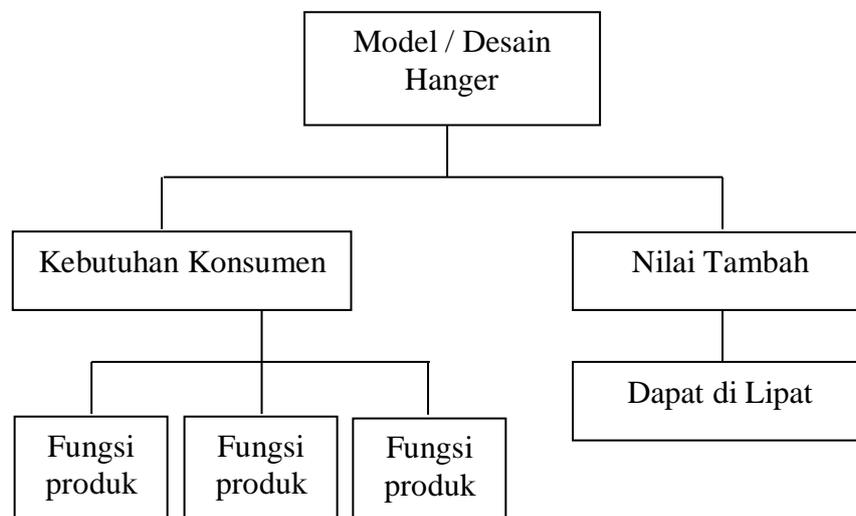
(Yuliarty et al., 2013) melakukan penelitian tentang Pengembangan Desain Produk Papan Tulis Dengan Metode Quality Function Deployment (QFD). Tujuan dalam penelitian ini untuk memunculkan ide-ide baru untuk melakukan perancangan desain papan tulis berpenghapus yang saling terintegrasi untuk meningkatkan kenyamanan pengguna. Penelitian ini dilakukan dengan metoda Quality Function Deployment, berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan terdapat 13 atribut yang dijadikan dasar untuk membentuk rancangan desain papan tulis.

(Dantes et al., 2013) Melakukan Penelitian Kajian Awal Pengembangan Produk Dengan Menggunakan Metode QFD (Quality Function Deployment) (Studi Kasus Pada Tang Jepit *Jaw Locking Pliers*) tujuan dari penelitian ini untuk mengkaji indikator-indikator yang menjadi hal penting dalam pengembangan sebuah produk otomotif tang jepit "Jaw Locking Pliers". Pengembangan produk ini dilakukan dengan menggunakan metode QFD (Quality Function Deployment) yaitu suatu metode yang terstruktur di dalam pengembangan produk yang memungkinkan tim pengembangan produk untuk menetapkan dengan jelas semua keinginan dan kebutuhan konsumen dan kemudian mengevaluasi masing-masing kemampuan produk atau service yang ditawarkan secara sistematis untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Permintaan customer (customer needs) merupakan masukan utama QFD, sedang langkah prosesnya ada 4 fase dimana Dari urutan fase QFD, product planning (penyusunan House of Quality) merupakan fase pertama dan bertujuan untuk mendapatkan

nilai prioritas masing-masing Substitute Quality Characteristics (SQC) yang nantinya akan menjadi masukan pada tahapan Parts Deployment.

2.7. Karangka Pemikiran

Karangka pemikiran ini memuat pemikiran terhadap alur yang di pahami sebagai acuan dalam pemecahan masalah yang di teliti secara logis dan sistimatis

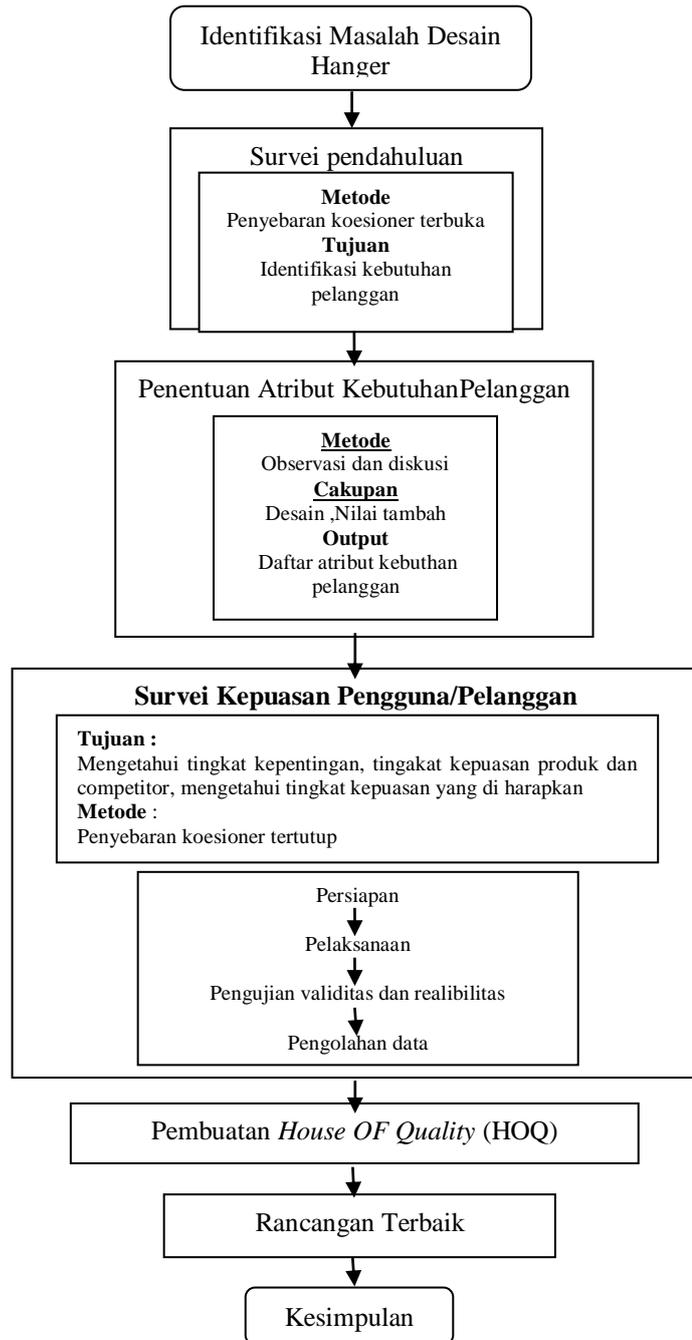


Gambar 2.2 Karangka pemikiran



BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian



Gambar 3.1 Desain Penelitian

3.2. Tahapan penelitian

Tahapan penelitian pada tugas akhir ini dilakukan dengan mengikuti langkah-langkah dalam Gambar 3.1.

Langkah-langkah penelitian dalam Gambar 3.1. dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Survei pendahuluan

Survei pendahuluan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner terbuka untuk mengetahui merk hanger yang sering digunakan. Data merk produk hanger yang sering digunakan akan digunakan untuk menentukan merk kompetitor.

2. Penentuan atribut kebutuhan pelanggan

Atribut kebutuhan konsumen ditentukan dengan observasi dan diskusi dengan bagian produksi dan *sales* perusahaan. Cakupan kebutuhan konsumen terhadap produk dibatasi hanya meliputi model, fasilitas pendukung dan jenisnya. *Tools* yang digunakan adalah *cause and effect diagram*. Output dari tahap ini adalah tabel daftar kebutuhan pelanggan.

3. Survei pelanggan

Survei pelanggan bertujuan mendapatkan data pelanggan yang berkaitan dengan tingkat kepentingan, tingkat kepuasan produk dan pesaing saat ini dan tingkat kepuasan yang diharapkan terhadap atribut produk. Survei ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner tertutup. Pada saat pengumpulan data juga dilakukan wawancara tidak terstruktur terhadap responden untuk mengetahui keluhan pelanggan.

4. Pembuatan *House of Quality* (HoQ)

Pembuatan HoQ telah dijelaskan pada sub bab 2.5.

Pemilihan konsep

5. Rancangan Terbaik

Rancangan terbaik adalah produksi hasil desain pengembangan produk yang telah ditentukan dari tahap sebelumnya.

3.2. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian pengembangan produk hanger ini menggunakan variable dependen dan independen. Variabel pada pengembangan produk menggunakan variabel-variabel sebagai berikut:

1. Variabel Bebas, yakni suatu variabel yang terkait input sebelum di kembangkan. Dalam penelitian ini adalah data atribut kebutuhan konsumen atau pengguna.
2. Variabel Terikat, yakni suatu variabel yang terkait dengan hasil yang di harapkan setelah di lakukan tahapan proses. Dalam penelitian ini di harapkan dapat memenuhi kebutuhan pengguna hanger pada usaha laundry

3.4. Populasi dan sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah beberapa pengusaha laundry yang ada di kawasan batam center yang berjumlah 30 tempat.

3.5. Pengumpulan Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer yang dibutuhkan meliputi:

1. Data tingkat kepentingan pelanggan
2. Data tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk hanger dan produk kompetitor

Sedangkan data sekunder yang dibutuhkan meliputi artikel maupun jurnal yang berkaitan dengan pengembangan produk dan beberapa materi yang berkaitan dengan upaya pengembangan produk yang dilakukan. Selain itu, juga data jenis model hanger ,bahan yang di gunakan dan proses produksinya.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data primer sebagai berikut:

1. Observasi

Metode observasi adalah cara pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara cermat sehingga di dapatkan informasi data yang di butuhkan untuk pengembangan produk hanger

2. Wawancara dan diskusi

Metode wawancara adalah cara pengumpulan data dengan bertanya atau berkomunikasi langsung dengan responden. Dalam penelitian ini di lakukan wawancara dan diskusi dengan pengusaha laundry sehingga di dapatkan informasi data informasi keluhan yang di alami oleh pengguna hanger lipat

3. Kuesioner

Metode kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan memberikan suatu daftar pertanyaan kepada responden untuk mendapatkan informasi tertentu. Penelitian ini menggunakan kuesioner terbuka dan tertutup dalam survei kebutuhan pengguna pada usaha laundry. Untuk mendapat data atribut kebutuhan pengguna yang merujuk pada indeks kepuasan terhadap produk hanger.

3.7. Teknik Analisis Data

Data yang di peroleh dari hasil pengumpulan data selanjutnya di olah dengan pendekatan Deskriptif kuantitatif untuk mengetahui apakah hanger yang sudah ada saat ini sudah sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Adapun metode analisa QFD Pada tahap ini diuraikan analisis dan interpretasi terhadap hasil pengolahan data yang telah diperoleh sebelumnya yaitu analisis terhadap rumah kualitas. Tingkat kepuasan pelanggan dapat diukur melalui seberapa banyak atribut-atribut yang memiliki prioritas yang lebih dibandingkan atribut yang lain yang dapat dipenuhi .

3.8. Lokasi dan jadwal Penelitian

Penelitian ini di lakukan di Laundri-laundri Kota Batam khusus kawasan Batam Center.

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

NO	Kegiatan	Tahun 2017-2018					
		Bulan ke					
		1	2	3	4	5	6
1	Pengajuan judul skripsi	■					
2	Pembuatan proposal penelitian	■					
3	Bimbingan skripsi	■	■	■	■		
4	Pengumpulan data		■	■	■		
5	Pengolahan data			■	■		
6	Analisis dan perhitungan				■	■	■
7	Penulisan skripsi				■	■	■

