
SALT PACKAGING REDESIGN USING QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) METHOD TO INCREASE SALES (Case Study: Saboh Hate Farmers Group, Kuala Idi Cut, East Aceh)

REDESAIN KEMASAN GARAM MENGGUNAKAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD) UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus: Kelompok Tani Saboh Hate, Kuala Idi Cut, Aceh Timur)

Dian Saputra¹, Nurlaila Handayani², Yusnawati³

^{1,2,3} Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Samudra

Alamat Email : nurlaila.handayani1984@gmail.com

ABSTRAK

Garam merupakan salah satu potensi besar di pesisir Kabupaten Aceh Timur yang dapat dikembangkan guna mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Lokasi penelitian dilakukan pada kelompok Saboh Hate yang berada di Kecamatan Darul Aman, Desa Kuala Idi Cut, Dusun Aron Muda, Kabupaten Aceh Timur, Provinsi Aceh. Saat ini garam yang beredar di pasaran memiliki desain kemasan yang menarik, sementara Kelompok Tani Saboh Hate belum memiliki kemasan yang baik atau masih sederhana, sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mendesain kemasan yang dapat meningkatkan daya saing. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui karakteristik dari kemasan garam yang diinginkan konsumen pada Kelompok Tani Saboh Hate melalui redesain kemasan. Metode yang digunakan uji statistik dan Quality Function Deployment (QFD). Tahap penelitian meliputi observasi dan wawancara melalui kuesioner serta mengolah data melalui uji statistik, SPSS 20 dan House of Quality (HOQ). Hasil menunjukkan karakteristik dari kemasan garam yang diinginkan konsumen berdasarkan hasil bobot relatif meliputi informasi yang diperlukan untuk kemasan garam diantaranya berat, merk dan logo halal dengan nilai 28,28 %, bahan kemasan garam yang digunakan adalah plastik bening biasa dengan nilai 24,27 %, warna desain kemasan garam yang diinginkan adalah biru dengan nilai 23,71 serta ukuran kemasan garam yang diinginkan konsumen umumnya adalah kemasan yang berukuran 250 g dengan nilai 23,71 %.

Kata Kunci : *Quality Function Deployment (QFD)*, Redesain kemasan, *House of Quality (HOQ)*

ABSTRACT

Salt is one of the great potentials on the coast of East Aceh Regency which can be developed to boost the economic growth of the community. The location of the research was carried out in the Saboh Hate group located in Darul Aman District, Kuala Idi Cut Village, Aron Muda Hamlet, East Aceh Regency, Aceh Province. Currently, the salt on the market has an attractive packaging design, while the Saboh Hate Farmers Group does not yet have a good or simple packaging, so research is needed to design packaging that can increase competitiveness. The purpose of this study is to determine the characteristics of the salt packaging that consumers want at the Saboh Hate Farmer Group through packaging redesign. The method used is statistical test and Quality Function Deployment (QFD). The research phase includes observation and interviews through questionnaires and processing data through statistical tests, SPSS 20 and House of Quality (HOQ). The results show the characteristics of the salt packaging that consumers want based on the relative weight results including the information needed for salt packaging including weight, halal brand and logo with a value of 28.28%, the salt packaging material used is ordinary clear plastic with a value of 24.27%, The color of the desired salt packaging design is blue with a value of 23.71 and the size of the salt packaging that consumers want is generally a 250 g package with a value of 23.71%.

Keywords : *Quality Function Deployment (QFD)*, Packaging redesign, *House of Quality (HOQ)*

Redesain Kemasan Garam Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD) untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus: Kelompok Tani Saboh Hate, Kuala Idi Cut, Aceh Timur)/ Dian Saputra, Nurlaila Handayani, Yusnawati

PENDAHULUAN

Dalam mendongkrak pertumbuhan ekonomi masyarakat daerah pesisir pantai diperlukan usaha dalam mengelola potensi lokal yang ada, salah satunya yaitu seperti adanya olahan komoditas garam dengan memanfaatkan mineral garam terlarut yang telah tersedia secara melimpah. Proses pembuatan garam umumnya yaitu dengan memanfaatkan sumber panas matahari untuk menguapkan air laut [1]. Aceh merupakan satu diantara banyaknya Provinsi yang ada di Indonesia yang memanfaatkan mineral garam terlarut yang berasal dari laut untuk pembuatan garam. Tepatnya di Desa Kuala Idi Cut yang terletak di Kecamatan Darul Aman, Kabupaten Aceh Timur. Selama ini pembuatan garam di Desa Kuala Idi Cut dilakukan oleh petani secara turun-temurun dan masih sangat tradisional yaitu dengan menjemur tanah yang ada di sekitaran laut yang dilakukan pada saat air telah surut. Setelah dijemur selama kurang lebih 8 jam lalu tanah tersebut dikumpulkan kembali untuk disaring dan air hasil saringan tersebut didiamkan semalaman guna mendapat endapan tanah yang kemudian dimasak dan diolah sedemikian rupa agar menjadi garam [2].

Sebagian besar mata pencaharian masyarakat Desa Kuala Idi Cut yaitu sebagai petani garam. Desa Kuala Idi Cut memiliki 7 kelompok tani garam diantaranya Kelompok Tani Saban Rasa, Kelompok Tani Harkat, Kelompok Tani Bearee, Kelompok Tani Sapue Harkat, Kelompok Tani Hudep Makmu, Kelompok Tani Putik Meulu dan Kelompok Tani Saboh Hate. Kelompok Tani Saboh Hate merupakan salah satu dari kelompok tani yang ada yang bergerak dibidang produksi garam yang berlokasi di Dusun Arun Muda. Kelompok Tani Saboh Hate ini didirikan pada tahun 2010 dan memiliki anggota sebanyak 10 orang. Rata-rata banyaknya hasil penjualan produksi garam Kelompok Tani Saboh Hate setiap bulannya yaitu sebanyak 3,5 ton dengan harga jual garam perkilonya sebesar Rp 6.000 yang dikemas dalam kantong plastik putih dengan tampilan masih sangat sederhana yang kemungkinan menyebabkan ikatan plastik dapat terlepas maupun plastik yang digunakan bocor. Tampilan kemasan garam pada Kelompok Tani Saboh Hate ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kemasan Garam

Sumber : Kelompok Tani Saboh Hate

Berdasarkan pengamatan produk sejenis, saat ini garam yang beredar di pasaran memiliki desain kemasan yang menarik. Sementara itu, kemasan garam yang digunakan pada daerah penelitian khususnya oleh Kelompok Tani Saboh Hate belum memiliki kemasan yang baik. Hal ini menyebabkan peneliti tertarik melakukan penelitian mendesain kemasan garam. Garam merupakan salah satu potensi besar di pesisir Kabupaten Aceh Timur yang dapat dikembangkan, sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mendesain kemasan yang dapat meningkatkan daya saing. Tampilan kemasan yang menarik dapat mempengaruhi tindakan konsumen dalam membeli produk tersebut. Nilai lebih suatu produk diharapkan dapat dicapai melalui desain kemasan yang baru sehingga produk garam ini dapat bersaing dengan produk sejenis lainnya di pasaran [3].

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk mendeskriptifkan secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta serta sifat dari objek tertentu [4]. Metode yang digunakan untuk meningkatkan kualitas kemasan produk garam sesuai dengan harapan konsumen adalah *Quality*

Redesain Kemasan Garam Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD) untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus: Kelompok Tani Saboh Hate, Kuala Idi Cut, Aceh Timur)/ Dian Saputra, Nurlaila Handayani, Yusnawati

Function Deployment (QFD). Metode ini merupakan usaha yang dapat dilakukan untuk memenuhi kebutuhan perusahaan melalui keinginan konsumen serta berfungsi sebagai alat dalam merencanakan perbaikan tampilan suatu produk. Metode *Quality Function Deployment* (QFD) memiliki keunggulan untuk menghasilkan produk yang dapat memuaskan konsumen karena metode ini berfokus pada keinginan konsumen itu sendiri [5].

Pengolahan terhadap beberapa data sangat perlu dilakukan dalam membuat QFD diantaranya [6] :

1. Menentukan atribut keinginan konsumen (*customer requirement*) yaitu menetapkan semua atribut yang dirasa penting diprioritaskan oleh perusahaan.
2. Menganalisis tingkat kepentingan (*level of importance*) merupakan tahap untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang ditetapkan.
3. Menentukan tujuan (*goal*) adalah nilai yang hendak dicapai oleh perusahaan kepada masing-masing atribut kemasan yang ada. Skala *numeric* digunakan untuk menyatakan tingkat *goal* sebagai level performansinya.
4. Rasio perbaikan (*improvement ratio*) adalah tindakan yang dilakukan untuk mengubah tingkat kepuasan pelanggan guna mencapai tujuan yang diinginkan, dengan rumus :

$$\text{Improvement Ratio} = \text{Goal} / (\text{Customer Satisfaction Performance})$$
5. Menetapkan titik penjualan (*sales point*) dilakukan guna melihat seberapa besar pengaruh perubahan terhadap atribut kemasan yang digunakan.
6. Bobot absolut (*raw weight*) yaitu nilai yang menunjukkan secara keseluruhan seberapa besar tingkat kebutuhan pelanggan yang berdasarkan tingkat kepentingan pelanggan (*important to customer*) dan *improvement ratio*. Perhitungan bobot adalah :

$$\text{Bobot} = \text{Derajat kepentingan} \times \text{Rasio perbaikan} \times \text{sales point}$$
7. Bobot relatif (%) dilakukan agar lebih memudahkan dalam menentukan prioritas pengembangan. Perhitungan normalisasi bobot adalah dengan :

$$\text{Normalisasi} = (\text{Bobot}) / (\text{Total Bobot}) \times 100\%$$
8. Penentuan hubungan *technical response* dilakukan untuk mengetahui eratnya hubungan antar komponen persyaratan teknis guna terpenuhinya keinginan konsumen.
9. Penentuan hubungan antar respon teknis bertujuan untuk lebih mudah dalam menentukan kebijakan yang akan diambil dan dilaksanakan.
10. Membangun *House of Quality* (HOQ).

Pengumpulan data diawali dengan penyebaran kuesioner terbuka kepada responden yaitu para konsumen garam yang berada di pasar Idi Cut tepatnya di UD. Semoga Jaya. Pengambilan responden dalam penelitian ini dilakukan secara tidak acak (*non probability sampling*) menggunakan teknik *accidental sampling* dengan jumlah sampel 30 responden. Jumlah tersebut ditentukan berdasarkan pendapat Roscoe tentang jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian, dengan ketentuan ukuran sampel yang layak digunakan dalam sebuah penelitian adalah antara 30-500 [7].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yaitu para konsumen garam yang berada di pasar Idi Cut tepatnya di UD. Semoga Jaya yang dilakukan dalam dua tahap, pertama menyebar kuesioner terbuka setelah itu menyebar kuesioner tertutup. Seluruh atribut yang telah didapatkan melalui hasil wawancara terdapat pada Tabel 1 berikut :

Tabel 1. Atribut Pernyataan terhadap Kemasan

No	Atribut
1	Warna desain kemasan garam yang diinginkan adalah biru
2	Bahan dan model kemasan garam yang digunakan adalah plastik bening
3	Informasi apa saja yang diperlukan untuk kemasan garam adalah berat, merk dan logo halal
4	Ukuran kemasan garam yang diinginkan konsumen adalah kecil (250 g)

Redesain Kemasan Garam Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD) untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus: Kelompok Tani Saboh Hate, Kuala Idi Cut, Aceh Timur)/ Dian Saputra, Nurlaila Handayani, Yusnawati

Sumber: Hasil Pengumpulan Data

Berdasarkan tabel 1 di atas nilai r tabel dapat dilihat pada tabel r *pearson product moment* dengan tingkat signifikansi 0,05 atau (α) = 5% dan df (*degree of freedom*) = $n-2 = 30-2 = 28$, sehingga diperoleh nilai r tabel = 0,361. Rekapitulasi hasil uji validitas atribut terhadap seluruh atribut dihitung dengan bantuan *software SPSS Statistics* yang terdapat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Perhitungan Uji Validitas Seluruh Atribut

		Atribut_1	Atribut_2	Atribut_3	Atribut_4	Skor_Total
Atribut_1	Pearson Correlation	1	,213	,403*	,192	,674**
	Sig. (2-tailed)		,258	,027	,309	,000
	N	30	30	30	30	30
Atribut_2	Pearson Correlation	,213	1	,397*	,156	,682**
	Sig. (2-tailed)	,258		,030	,411	,000
	N	30	30	30	30	30
Atribut_3	Pearson Correlation	,403*	,397*	1	,261	,756**
	Sig. (2-tailed)	,027	,030		,164	,000
	N	30	30	30	30	30
Atribut_4	Pearson Correlation	,192	,156	,261	1	,577**
	Sig. (2-tailed)	,309	,411	,164		,001
	N	30	30	30	30	30
Skor_Total	Pearson Correlation	,674**	,682**	,756**	,577**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	
	N	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Pengumpulan Data

Tabel 2 menjelaskan bahwa secara keseluruhan nilai r hitung untuk semua atribut pertama adalah 0,674, nilai r hitung untuk atribut kedua adalah 0,682, nilai r hitung untuk atribut ketiga adalah 0,756, nilai r hitung untuk atribut keempat adalah 0,577 dan nilai r tabel adalah 0,3610, karena nilai r hitung \geq r tabel, ini berarti keseluruhan atribut merupakan instrumen yang valid, sehingga dapat digunakan untuk mengumpulkan data.

Uji reliabel dilakukan terhadap setiap atribut dengan menggunakan *software SPSS Statistics* dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Rekapitulasi Hasil Perhitungan Uji Reabilitas Seluruh Atribut

Cronbach's Alpha	N of Items
,594	4

Sumber : Hasil Pengumpulan Data

Berdasarkan Tabel 3 di atas hasil perhitungan menunjukkan bahwa koefisien *Alpha Cronbach* yaitu 0,594, karena tingkat signifikansi 0,05 atau (α) = 5% dan df (*degree of freedom*) = $n-2 = 30-2 = 28$, sehingga diperoleh nilai r tabel = 0,3610 hal ini berarti $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ yaitu $0,594 \geq 0,3610$, maka dengan ini dapat dikatakan bahwa data yang didapat adalah reliabel atau dengan kata lain jawaban kuesioner konsisten juga dapat dipercaya kebenarannya.

Menetapkan Tingkat Kepentingan Konsumen (*Importance to Customer*)

Sejauh mana harapan atau penilaian terhadap variabel kebutuhan konsumen berdasarkan atribut yang digunakan dapat diketahui dengan cara menentukan tingkat kepentingan konsumen yang diperoleh melalui

Redesain Kemasan Garam Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD) untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus: Kelompok Tani Saboh Hate, Kuala Idi Cut, Aceh Timur)/ Dian Saputra, Nurlaila Handayani, Yusnawati

banyaknya frekuensi nilai jawaban responden yang muncul pada kuesioner tertutup terhadap masing-masing atribut yang ada. Tingkat kepentingan atribut kebutuhan konsumen terdapat pada Tabel 4.

Tabel 4. Tingkat Kepentingan Variabel Kebutuhan Konsumen

No	Atribut	Jumlah Jawaban					Total	Tingkat Kepentingan
		STS	TS	CS	S	SS		
1	Warna desain kemasan yang diinginkan konsumen adalah biru	0	0	4	15	11	30	4
2	Bahan dan model kemasan garam yang digunakan adalah plastik bening biasa	0	0	6	14	10	30	4
3	Informasi apa saja yang diperlukan untuk kemasan garam adalah berat, merk dan logo halal	0	0	2	13	15	30	5
4	Ukuran kemasan garam yang diinginkan konsumen adalah kecil (250 g)	0	0	3	17	10	30	4

Tabel 4 menunjukkan bahwa tingkat kepentingan yang paling banyak muncul untuk variabel kebutuhan konsumen pada atribut pertama, kedua dan keempat adalah 4, sedangkan untuk variabel kebutuhan konsumen pada atribut ketiga adalah 5.

Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen

Perhitungan tingkat kepuasan konsumen terhadap kemasan garam

$$\sum I_{ij} = \sum (STS \times 1) + (TS \times 2) + (CS \times 3) + (S \times 4) + (SS \times 5)$$

$$\sum I_{ij} = \sum (0 \times 1) + (0 \times 2) + (4 \times 3) + (15 \times 4) + (11 \times 5) = 127$$

Perhitungan nilai rata-rata tingkat kepuasan terhadap atribut kemasan pertama yaitu :

$$\bar{I}_{ij} \text{ (current satisfaction performance)} \bar{I}_{ij} = \sum I_{ij} / n$$

$$\bar{I}_{ij} = 127/30 = 4,233$$

Rekapitulasi Perhitungan nilai rata-rata tingkat kepuasan terhadap atribut kemasan dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Rekapitulasi Nilai Tingkat Kepuasan terhadap setiap Atribut Kemasan Garam

No	Atribut	Total Skor	Tingkat Kepuasan
1	Warna desain kemasan garam yang diinginkan adalah biru	127	4,233
2	Bahan dan model kemasan garam yang digunakan adalah plastik bening biasa	124	4,133
3	Informasi apa saja yang diperlukan untuk kemasan garam adalah berat, merk dan logo halal	133	4,433
4	Ukuran kemasan garam yang diinginkan konsumen adalah kecil (250 g)	127	4,233

Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai tingkat kepuasan pada atribut pertama bernilai 4,233, tingkat kepuasan pada atribut kedua bernilai 4,133, tingkat kepuasan pada atribut ketiga bernilai 4,433 dan tingkat kepuasan pada atribut keempat bernilai 4,233. Nilai tingkat kepuasan tertinggi adalah terhadap atribut ketiga yaitu informasi pada kemasan garam dengan nilai 4,433.

Menentukan Nilai Target (*Goal*)

Goal merupakan suatu target perusahaan yang ingin dicapai terhadap penggunaan atribut-atribut kemasan yang diperoleh dari penilaian internal perusahaan, yang melibatkan karyawan perusahaan yang ada secara langsung. Skala *numeric* yang dipakai untuk menentukan goal, yaitu:

- 1 = sangat tidak dapat dipenuhi
- 2 = tidak dapat dipenuhi
- 3 = cukup dapat dipenuhi
- 4 = mudah dipenuhi
- 5 = sangat mudah dipenuhi

Nilai target dari setiap atribut kemasan terdapat pada Tabel 6.

Tabel 6. Rekapitulasi Nilai Target Atribut pada Kemasan

No	Atribut	Nilai Target
1	Warna desain kemasan garam yang diinginkan adalah biru	5
2	Bahan dan model kemasan garam yang digunakan adalah plastik bening biasa	5
3	Informasi apa saja yang diperlukan untuk kemasan garam adalah berat, merk dan logo halal	5
4	Ukuran kemasan garam yang diinginkan konsumen adalah kecil (250 g)	5

Tabel 6 menunjukkan bahwa dari seluruh atribut yaitu atribut pertama, atribut kedua, atribut ketiga dan atribut keempat memiliki nilai target yang bernilai 5.

Rasio Perbaikan (*Improvement Ratio*)

Suatu ukuran tertentu dalam mengubah tingkat kepuasan konsumen pada tiap atribut kebutuhan konsumen guna mencapai tujuan yang diharapkan disebut rasio perbaikan. Perhitungan rasio perbaikan untuk atribut yaitu : $Improvement Ratio = Goal / (Customer Satisfaction Performance)$

$$Improvement Ratio = 5 / 4,233 = 1,181$$

Perhitungan rasio perbaikan pada tiap atribut terdapat pada Tabel 7.

Tabel 7. Nilai Rasio Perbaikan Untuk Setiap Atribut Kemasan

No	Atribut	Nilai Target	Tingkat Kepuasan	Rasio Perbaikan
1	Warna desain kemasan garam yang diinginkan adalah biru	5	4,233	1,181
2	Bahan dan model kemasan garam yang digunakan adalah plastik bening biasa	5	4,133	1,209
3	Informasi apa saja yang diperlukan untuk kemasan garam adalah berat, merk dan logo halal	5	4,433	1,127
4	Ukuran kemasan garam yang diinginkan konsumen adalah kecil (250 g)	5	4,233	1,181

Berdasarkan tabel 7 di atas terlihat bahwa nilai rasio perbaikan pada atribut pertama dan atribut keempat yaitu 1,181, nilai rasio perbaikan pada atribut kedua yaitu 1,209 dan nilai rasio perbaikan pada atribut ketiga yaitu 1,127.

Menentukan Titik Penjualan (*Sales Point*)

Tahapan seberapa besar pengaruh yang mungkin terjadi terhadap atribut-atribut kemasan, ditentukan oleh pihak internal perusahaan yang dianggap sudah memiliki pengalaman yang cukup. Nilai titik penjualan diperoleh melalui penetapan skala penilaian yaitu *standar Cohen*, dengan keterangan :

- Nilai 1 memiliki arti bahwa perubahan yang terjadi pada atribut kemasan yang ada tidak memberikan pengaruh baik peningkatan maupun penurunan terhadap penjualan.
- Nilai 1,2 memiliki arti bahwa perubahan yang terjadi pada atribut kemasan yang ada memberikan pengaruh yang kecil terhadap peningkatan dan penurunan mutu serta nilai penjualan.
- Nilai 1,5 memiliki arti bahwa perubahan yang terjadi pada atribut kemasan yang ada memberikan pengaruh yang besar terhadap peningkatan maupun penurunan nilai penjualan.

Hasil rekapitulasi skor *Sales Point* terdapat pada Tabel 8.

Tabel 8. Rekapitulasi Skor Sales Point

No	Atribut	Sales Point
1	Warna desain kemasan garam yang diinginkan adalah biru	1,5
2	Bahan dan model kemasan garam yang digunakan adalah plastik bening biasa	1,5
3	Informasi apa saja yang diperlukan untuk kemasan garam adalah berat, merk dan logo halal	1,5
4	Ukuran kemasan garam yang diinginkan konsumen adalah kecil (250 g)	1,5

Tabel 8 menunjukkan bahwa seluruh atribut yaitu atribut pertama, atribut kedua, atribut ketiga dan atribut keempat mempunyai nilai 1,5 berarti keseluruhan atribut memberikan pengaruh yang besar terhadap desain kemasan garam.

Bobot Absolut (*Raw Weight*)

Raw Weight yaitu nilai yang menggambarkan besarnya tingkat kepentingan seluruh atribut yang ada berdasarkan tingkat kepentingan pelanggan (*important to customer*) dan *improvement ratio*. Rekapitulasi perhitungan bobot setiap atribut terdapat pada Tabel 9.

Tabel 9. Rekapitulasi Perhitungan Bobot pada tiap Atribut

No	Atribut	Tingkat Kepentingan	Rasio Perbaikan	Sales Point	Bobot
1	Warna desain kemasan garam yang diinginkan adalah biru	4	1,181	1,5	7,086
2	Bahan dan model kemasan garam yang digunakan adalah plastik bening biasa	4	1,209	1,5	7,254
3	Informasi apa saja yang diperlukan kemasan garam adalah berat, merk dan logo halal	5	1,127	1,5	8,452
4	Ukuran kemasan garam yang diinginkan konsumen adalah kecil (250 g)	4	1,181	1,5	7,086
Total					29,878

Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai bobot yang terbesar terdapat pada atribut informasi dengan nilai 8,452 dan nilai bobot yang terkecil terdapat pada atribut warna desain kemasan dan ukuran kemasan garam dengan nilai sama 7,086.

Bobot Relatif (%)

Normalisasi harus dilakukan pada setiap atribut yang telah dihitung. Penentuan nilai bobot relatif bertujuan untuk memudahkan dalam menentukan prioritas pengembangan. Perhitungan bobot relatif untuk setiap atribut harapan konsumen dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Rekapitulasi Normalisasi Bobot Masing-Masing Atribut

No	Atribut	Bobot	Bobot Relatif (%)
1	Warna desain kemasan garam yang diinginkan adalah biru	7,086	23,71
2	Bahan dan model kemasan garam yang digunakan adalah plastik bening biasa	7,254	24,27
3	Informasi apa saja yang diperlukan untuk kemasan garam adalah berat, merk dan logo halal	8,452	28,28
4	Ukuran kemasan garam yang diinginkan konsumen adalah kecil (250 g)	7,086	23,71
Total			100

Tabel 10 menunjukkan bahwa nilai bobot relatif pada atribut pertama sebesar 23,71%, nilai bobot relatif pada atribut kedua sebesar 24,27%, nilai bobot relatif pada atribut ketiga sebesar 28,28% dan nilai bobot relatif pada atribut keempat sebesar 23,71%. Ini menunjukkan nilai bobot relatif yang terbesar adalah pada atribut ketiga yaitu informasi dengan nilai bobot 28,28% sedangkan nilai bobot relatif yang terkecil adalah pada atribut pertama yaitu warna desain kemasan dan atribut keempat yaitu ukuran kemasan garam dengan nilai bobot 23,71%.

Menentukan Karakteristik Teknis Kebutuhan Konsumen

Untuk membuat HOQ langkah selanjutnya yaitu menentukan masing-masing karakteristik teknis yang diperlukan oleh Kelompok Tani Saboh Hate dalam memenuhi atribut-atribut kebutuhan konsumen terhadap kemasan garam, dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Penentuan Respon Teknik (Technical Responses)

No	Atribut	Respon Teknik
1	Warna desain kemasan garam yang diinginkan adalah biru	Meningkatkan nilai jual Tampilan lebih menarik
2	Bahan dan model kemasan garam yang digunakan adalah plastik bening biasa	Meningkatkan nilai jual Menambah nilai guna
3	Informasi apa saja yang diperlukan untuk kemasan garam adalah berat, merk dan logo halal	Meningkatkan nilai jual Menambah nilai guna Informasi yang lengkap
4	Ukuran kemasan garam yang diinginkan konsumen adalah kecil (250 g)	Meningkatkan nilai jual Desain yang menarik

Tabel 11 menunjukkan bahwa respon teknis pada atribut pertama yaitu meningkatkan nilai jual dan tampilan lebih menarik. Respon teknis pada atribut kedua yaitu meningkatkan nilai jual dan menambah nilai guna. Respon teknis pada atribut ketiga yaitu meningkatkan nilai jual, menambah nilai guna dan informasi yang lengkap. Respon teknis pada atribut keempat yaitu meningkatkan nilai jual dan desain yang menarik.

Menetapkan Hubungan antara Keinginan Konsumen dengan Karakteristik Teknis Kemasan

Relation Matrix berguna dalam menetapkan seberapa besar hubungan antara keinginan konsumen dan karakteristik teknis kemasan. Tingkat hubungan tersebut dibagi dalam kategori kuat, sedang, lemah dan tidak memiliki hubungan sama sekali, dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Relation Matrix antara Karakter Teknis dan Keinginan Konsumen

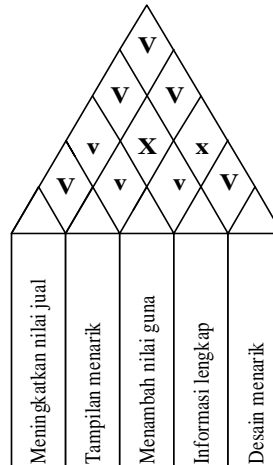
	Meningkatkan nilai jual	Tampilan menarik	Menambah nilai guna	Informasi lengkap	Desain menarik
Warna desain kemasan garam yang diinginkan konsumen berwarna biru	9	9	3	0	3
Bahan dan model kemasan garam yang digunakan adalah plastik bening biasa	9	3	9	0	0
Informasi kemasan garam yang diperlukan adalah berat, merk dan logo halal	1	0	3	9	0
Ukuran kemasan garam yang diinginkan konsumen adalah kecil (250 g)	3	3	0	1	9

Redesain Kemasan Garam Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD) untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus: Kelompok Tani Saboh Hate, Kuala Idi Cut, Aceh Timur)/ Dian Saputra, Nurlaila Handayani, Yusnawati

Tabel 12 tersebut menunjukkan bahwa hubungan yang kuat bernilai 9 dan hubungan yang sedang bernilai 3 terdapat dengan jumlah yang sama.

Menetapkan Hubungan antar Respon Teknis

Pada tahap ini dilakukannya analisis karakteristik teknis untuk mengetahui apakah adanya hubungan yang saling bertolak belakang (negatif) antara karakter teknis yang ada. Penggambaran tingkat hubungan tersebut terdapat pada Gambar 2.



Gambar 2. Tingkat Hubungan antara Masing-Masing Karakteristik Teknis Kemasan Garam

Membuat Matriks House of Quality (HOQ) pada Kemasan Garam

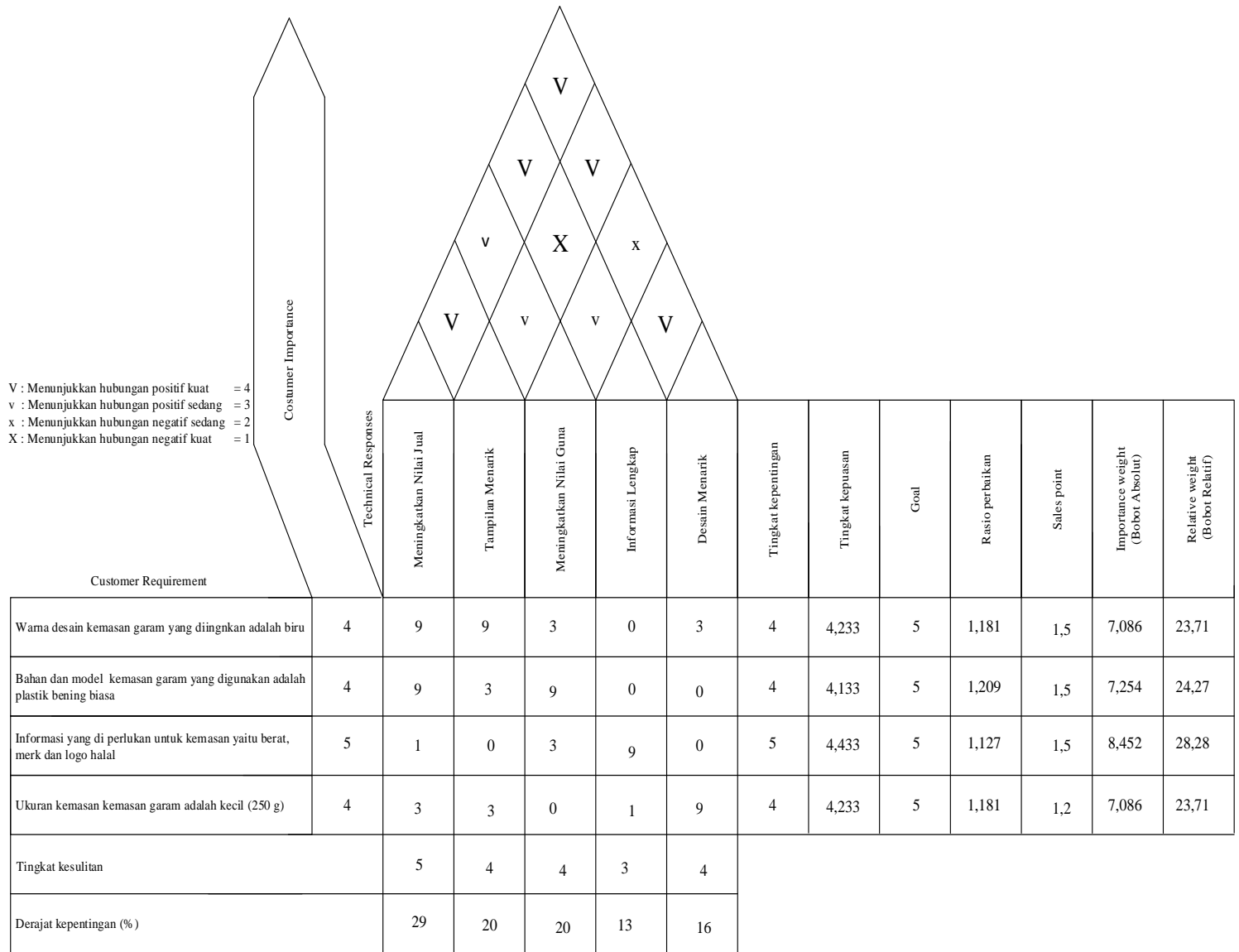
Sebelum membangun House of Quality (HOQ) terlebih dahulu dilakukan perhitungan ukuran kinerja dari HOQ yang terdiri dari tingkat kesulitan dan tingkat kepentingan. Rekapitulasi penentuan tingkat kesulitan dan derajat kepentingan terdapat pada Tabel 13.

Tabel 13. Rekapitulasi Penentuan Tingkat Kesulitan dan Derajat Kepentingan

Tingkat Kesulitan	5	4	4	3	4
Derajat Kepentingan	29	20	20	13	16

Menyusun House of Quality (HOQ)

Berdasarkan hasil yang diperoleh di atas, maka dapat disusun sebuah matriks House of Quality (HOQ). Matriks House of Quality (HOQ) pada kemasan garam terdapat dalam Gambar 3.



Tingkat Kesulitan
 1. Mudah = 0 – 5%
 2. Cukup = 6 – 11%
 3. Sulit = 12 – 17%
 4. Sangat sulit = 18 – 23%
 5. Mutlak sulit = 24 %

Derajat Kepentingan
 1 - 15 = cukup mudah
 16 - 30 = penting
 31 - 45 = sangat penting

Gambar 3. House Of Quality Kemasan Garam Kelompok Tani Saboh Hate

Redesain Kemasan Garam Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD) untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus: Kelompok Tani Saboh Hate, Kuala Idi Cut, Aceh Timur)/ Dian Saputra, Nurlaila Handayani, Yusnawati

Peer reviewed under responsibility of Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

© 2023 Dian Saputra, Nurlaila Handayani, Yusnawati

Hasil Redesain Kemasan Garam

Hasil redesain yang didapatkan dari hasil kuesioner yang sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen yaitu bahan dan model kemasan garam yang digunakan adalah plastik bening biasa, warna desain kemasan garam yang diinginkan adalah biru, informasi yang diperlukan untuk kemasan garam diantaranya berat, merk dan logo halal serta ukuran kemasan garam yang diinginkan konsumen umumnya yaitu kemasan yang berukuran 250 g. Hasil redesain kemasan dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Hasil Redesain Kemasan Garam

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah selesai dilakukan, simpulan yang dapat ditarik adalah karakteristik dari kemasan garam yang diinginkan konsumen berdasarkan hasil bobot relatif meliputi informasi yang diperlukan untuk kemasan garam diantaranya berat, merk dan logo halal dengan nilai 28,28 %, bahan dan model kemasan garam yang digunakan adalah plastik bening biasa dengan nilai 24,27 %, warna desain kemasan garam yang diinginkan adalah biru dengan nilai 23,71 serta ukuran kemasan garam yang diinginkan konsumen umumnya adalah kemasan yang berukuran 250 g dengan nilai 23,71 %.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Indrawati. (2019). *Model Pemasaran Garam Rakyat (Studi Kasus di Desa Cendi Manik Kecamatan Sekotong Tengah)*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Mataram.
- [2] Assadad, L., & Utomo, B. S. B. (2011). *Pemanfaatan Garam dalam Industri Pengolahan Produk Perikanan*. *Squalen Bulletin of Marine and Fisheries Postharvest and Biotechnology*, 6(1), 26–37.
- [3] Willy & Nurjanah, S. (2019). *Pengaruh Kemasan Produk dan Rasa Terhadap Minat Beli yang Berdampak pada Keputusan Pembelian Pelanggan Minuman Energi*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 65–74. <https://doi.org/10.32502/jimn.v8i2.1820>.
- [4] Sinulingga, S. (2014). *Metode Penelitian*. Medan: USU Press.
- [5] Siregar, I., & Adhinata, K. (2017). *Perancangan Produk Tempat Tisu Multifungsi dengan Menggunakan Quality Function Deployment (QFD)*. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 19(2), 21–29. <https://doi.org/10.32734/jsti.v19i2.370>

Redesain Kemasan Garam Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD) untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus: Kelompok Tani Saboh Hate, Kuala Idi Cut, Aceh Timur)/ Dian Saputra, Nurlaila Handayani, Yusnawati



Prozima : Vol. 7, No. 1, Juni 2023, 11-23

E. ISSN. 2541-5115

Journal Homepage: <http://ojs.umsida.ac.id/index.php/prozima>

DOI Link: <http://doi.org/10.21070/prozima.v7i1.1600>

Article DOI: <http://doi.org/10.21070/prozima.v7i1.1600>

-
- [6] Septianto, A. (2017). *Peningkatan Kualitas Pelayanan: Integrasi Servqual dan QFD pada PT. GCL*. Skripsi. President University.
- [7] Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Redesain Kemasan Garam Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD) untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus: Kelompok Tani Saboh Hate, Kuala Idi Cut, Aceh Timur)/ Dian Saputra, Nurlaila Handayani, Yusnawati

Peer reviewed under responsibility of Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

© 2023 Dian Saputra, Nurlaila Handayani, Yusnawati