

USULAN PEMBUATAN KEMASAN PRODUK PAKAIAN *CREASY APPAREL CO.* DENGAN MENGGUNAKAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)*

PROPOSED PACKAGING CLOTHING PRODUCT DESIGN OF CREASY APPAREL CO. USING QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) METHOD

¹Muhammad Ramana Rimbawan, ²Ir. Budi Praptono, M.M, ³Mumu Natapriatna, Ir., MBA.
Program Studi Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

ramanarimbawan@gmail.com, budipraptono@telkomuniversity.ac.id, mumunata@gmail.com

Abstrak

Dalam rangka *marketing campaign* yang akan dilakukan oleh *Creasy Apparel Co.*, pemilik usaha haruslah kreatif dalam membuat suatu desain agar konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut, salah satunya desain kemasan. Pada rencana pembuatan kemasan ini, dilakukan penelitian dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* yang bertujuan untuk mendapatkan *Voice of Customer*, mendapatkan prioritas karakteristik teknis yang akan dikembangkan, serta menghasilkan konsep ide kemasan terbaik yang akan dibuat untuk meningkatkan daya tarik terhadap konsumen. Penelitian ini melibatkan responden penduduk Kota Bandung berusia 19-30 tahun yang pernah membeli produk pakaian minimal 1 kali dalam 1 tahun. Dalam tahap *generate ideas*, penelitian ini menggunakan produk kemasan referensi sebagai *benchmark* untuk ide yang akan dikembangkan. Hasil perbaikan menunjukkan usulan pembuatan kemasan yang terpilih melalui tahap *concept scoring* dengan skor 3,34 adalah kemasan yang memiliki proses menutup/membuka kemasan dengan *built in lock*, teknik membawa kemasan dengan *built in handle*, bentuk kemasan persegi panjang *portrait*, dan bahan kemasan yang digunakan adalah *art carton*.

Kata kunci: Desain kemasan, *Quality Function Deployment*, kemasan referensi, *concept scoring*.

Abstract

In the framework of *marketing campaign* that will be done by *Creasy Apparel Co.*, business owners must be creative in making a design so that consumers are interested to buy the product, one of the creative design making is packaging design. In this packaging making plan, the research is conducted by using *Quality Function Deployment* method which aims to get *Voice of Customer*, get priority of technical characteristic to be developed, and produce the best packaging idea concept which will be made to increase the appeal to the consumer. This study involved respondents from the city of Bandung aged 19-30 years who had bought clothing products at least 1 time in 1 year. In generating ideas, this study uses reference packaging product as a benchmark for ideas to be developed. The results of the improvement show the proposed packaging that is selected through the *concept scoring* stage with a score of 3.34 is the packaging that has the process of closing / unpacking with *built in lock*, carrying packaging techniques with *built in handle*, rectangular packaging in *portrait* form, and packaging materials used is *art carton*.

Keywords: Packaging design, *Quality Function Deployment*, reference packaging product, *concept scoring*.

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Pakaian merupakan kebutuhan primer manusia dan tidak akan bisa terlepas dari kehidupan manusia. Saat ini, pakaian di Indonesia memiliki berbagai macam model, contohnya adalah jaket, parka, *T-shirt*, *polo shirt*, dan masih banyak lagi. Hal ini dikarenakan terbentuknya suatu mode dalam berbusana. Terdapat beberapa komponen utama yang membentuk mode, yaitu produksi, komoditi, pemasaran, strata sosial dan pencitraan oleh media [1]. Pengaruh inilah yang membuat pakaian di Indonesia dapat berkembang hingga berbagai macam bentuknya.

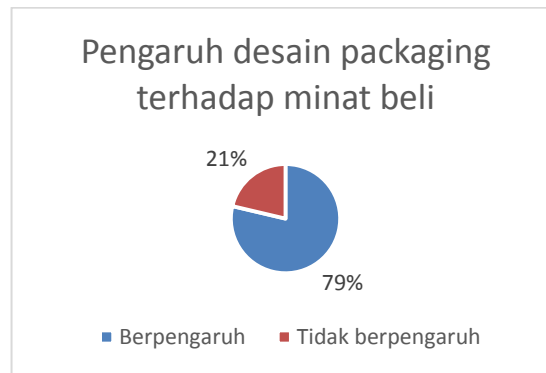
Creasy Apparel Co. merupakan sebuah usaha kecil yang bergerak di bidang pakaian, khususnya jaket. Creasy Apparel bertempat di Komplek Margahayu Kencana blok F2 nomor 1, Margahayu, Kopo, Kabupaten Bandung. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Creasy Apparel, Indra Ramadhan, diketahui bahwa Creasy Apparel merupakan usaha kecil yang bergerak di bidang pakaian dan baru berjalan selama empat bulan. Creasy Apparel menjual berbagai model jaket, seperti jaket *hoodie*, jaket *bomber*, dan jaket *parka*. Saat ini, Creasy Apparel masih dalam tahap pengembangan, sehingga usaha ini belum memiliki tempat tetap untuk berjualan. Selama dalam tahap pengembangan tersebut, Creasy Apparel berjualan di sekitar PUSDAI. Usaha ini rencananya akan dikembangkan melalui penjualan secara *online*.

Creasy Apparel mendapatkan beberapa ide *marketing campaign*, namun ide yang akan dikembangkan terlebih dahulu adalah dalam hal pengemasan/packaging, karena pada saat ini produk-produk dari Creasy Apparel hanya menggunakan kantong plastik sebagai kemasannya. Untuk dapat menarik minat beli masyarakat secara *online* maupun *offline*, Creasy Apparel menginginkan sesuatu yang unik dari produknya, selain desain produknya itu sendiri, agar nantinya usaha ini dapat bersaing dengan *online shop* maupun *offline store* lain yang sudah berdiri lama dan sudah terkenal di masyarakat umum. Maka dari itu, Creasy Apparel berniat untuk membuat suatu pengemasan produk yang juga unik agar merek Creasy Apparel dapat diingat oleh para pelanggannya. Seperti yang dikutip dalam buku *The Art of Packaging* yang ditulis oleh Sri Julianti, kemasan adalah wadah untuk meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produk [2].

Tabel I.1 Standar Atribut Kemasan

Standar Atribut Kemasan Menurut Kotler (2001)	Kemasan saat ini
Warna	Tidak ada warna khas dari kemasan ini, hanya warna kantong plastik pada umumnya
Bahan	Bahan yang digunakan adalah bahan HDPE (<i>High Density Polyethylene</i>)
Bentuk	Bentuk kantong plastik pada umumnya
Ukuran	Ukuran kantong plastik pada umumnya
Merek atau Logo	Tidak ada merek atau logo pada kantong plastik ini
Label	Tidak ada label pada kantong plastik ini

Berdasarkan tabel I.1 tentang atribut-atribut kemasan [3], didapat bahwa kemasan dari produk Creasy Apparel saat ini masih belum memenuhi persyaratan-persyaratan atribut kemasan yang perlu ada. Warna dari kemasan saat ini belum memberikan ciri khas dari produk Creasy Apparel, karena hanya menggunakan kantong plastik biasa. Bentuknya pun tidak berbeda dengan kantong plastik yang dipakai pada umumnya. Informasi mengenai merek atau logo produk dan label juga tidak ada. Sehingga kemasan yang saat ini digunakan belum memenuhi persyaratan atribut kemasan dari Kotler.



Gambar I. 1 Pengaruh Desain *Packaging* Terhadap Minat Beli

Dari hasil kuesioner pengaruh desain *packaging* terhadap minat beli yang diajukan, diketahui bahwa desain *packaging* dapat mempengaruhi minat beli masyarakat. Survey ini dilakukan melalui survey *online* dan diikuti oleh 31 responden. Sebanyak 79% menyatakan bahwa desain *packaging* dapat mempengaruhi minat beli terhadap suatu produk. Hal ini dapat dijadikan data pendukung terhadap fokus permasalahan yang akan dihadapi oleh Creasy Apparel, yaitu *packaging*.

Didapat kesimpulan bahwa desain *packaging* produk yang baik untuk penjualan secara *online* maupun *offline* dapat mempengaruhi minat beli pelanggan. Untuk menyikapi permasalahan *packaging* tersebut, maka perlu dilakukan pembuatan desain *packaging* agar produk Creasy Apparel dapat bersaing dengan produk lain di pasaran *online*. Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Quality Function Deployment* (QFD). Metode ini dipilih karena berbasis pada kebutuhan dan keinginan pelanggan. Selain sebagai alat kualitas, metode ini juga berfungsi sebagai alat perencanaan suatu produk dalam melakukan perbaikan, sehingga langkah strategis yang dihasilkan dari penelitian ini akan memberikan kepuasan pelanggan [4]. Pada penelitian ini, pelanggan yang dimaksud adalah pembeli/konsumen produk.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan, penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja karakteristik teknis yang menjadi sorotan utama dalam merancang desain pengemasan produk jaket Creasy Apparel Co.?
2. Apa saja part specification yang menjadi sorotan utama dalam merancang desain pengemasan produk jaket Creasy Apparel Co.?
3. Bagaimana rekomendasi kemasan produk Creasy Apparel Co. untuk dapat melakukan ekspansi pasar *online* dan memiliki keunikan tersendiri?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan perumusan masalah, maka dapat ditetapkan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi karakteristik teknis yang menjadi sorotan utama dalam merancang desain pengemasan produk jaket Creasy Apparel Co.
2. Mengidentifikasi part specification yang menjadi sorotan utama dalam merancang desain pengemasan produk jaket Creasy Apparel Co.
3. Merumuskan rekomendasi kemasan produk Creasy Apparel Co. untuk dapat melakukan ekspansi pasar *online* dan memiliki keunikan tersendiri.

2. Dasar Teori

2.1 Pengertian Pengemasan

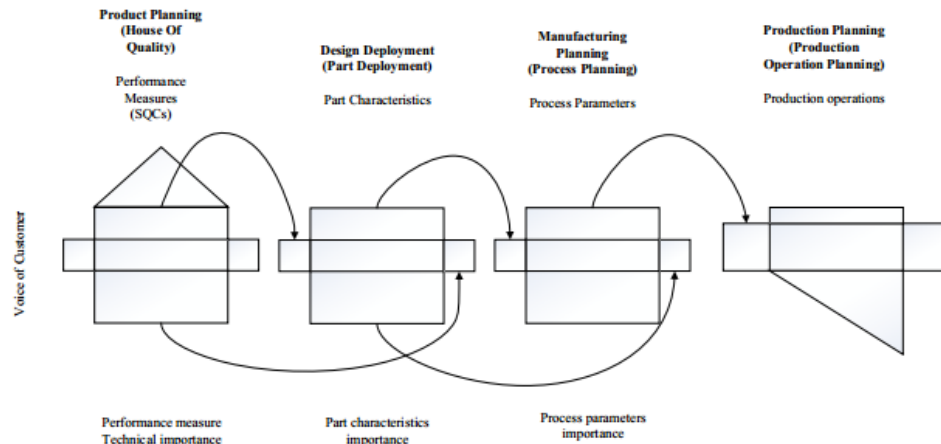
Kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar [5].

2.2 Atribut-atribut Kemasan

Dalam mendesain kemasan, ada beberapa hal yang harus diperhatikan agar kemasan tersebut dapat berfungsi dengan baik. Atribut-atribut kemasan yang digunakan antara lain; warna, bahan, bentuk, ukuran, merek atau logo, dan label [3].

2.3 *Quality Function Deployment* (QFD)

Quality Function Deployment (QFD) adalah suatu metode perencanaan dan pengembangan produk yang terstruktur untuk menetapkan spesifikasi keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan jelas dan mengevaluasi produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan [4].



Gambar 2.1 Fase QFD

Terdapat 4 fase tahapan dalam QFD, yaitu; matriks perencanaan produk (*House of Quality*), matriks perencanaan *part* (*Part Specification*), matriks perencanaan proses (*Process Planning*), dan matriks perencanaan produksi (*Production Planning*) [4].

2.4.1 Quality Function Deployment Iterasi I

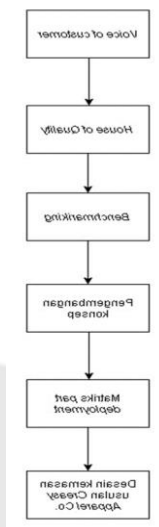
QFD iterasi I merupakan gabungan antara *need statement* dengan karakteristik teknis dari sebuah barang atau jasa suatu perusahaan. Terdapat 6 bagian pada *House of Quality*, diantaranya matriks kebutuhan pelanggan, matriks perencanaan, matriks karakteristik teknis, matriks hubungan, matriks korelasi karakteristik teknis, dan matriks teknis [4].

2.4.2 Quality Function Deployment Iterasi II

QFD iteasi II atau matriks *part deployment* merupakan gabungan antara karakteristik teknis dengan *part specification*. Terdapat 5 bagian pada matriks *part deployment*, yaitu persyaratan teknis, kontribusi persyaratan teknis, *part specification*, matriks hubungan, dan matriks target persyaratan *part*.

3. Model Konseptual

Model konseptual merupakan gambaran dari pola pikir dalam pemecahan suatu masalah.



Gambar 3.1 Model Konseptual

Gambar III.1 menunjukkan alur penelitian dalam pembuatan desain packaging produk Creasy Apparel Co. Langkah awal yang dilakukan adalah menentukan Voice of Customer (VoC) yang dilakukan melalui hasil wawancara. Setelah didapatkan hasil dari VoC, langkah selanjutnya yaitu perumusan VoC ke dalam House of Quality, yang nantinya akan menghasilkan output karakteristik teknis. Pada HoQ iterasi pertama, akan dihasilkan matriks perencanaan. Setelah mendapatkan HoQ iterasi pertama, dilakukan pengembangan konsep yang nantinya akan menjadi input untuk HoQ iterasi kedua. Benchmarking dilakukan untuk mendapatkan perbandingan dari produk yang akan dibuat dengan produk yang sudah ada. Pada HoQ iterasi kedua ini, akan dihasilkan matriks part specification. Setelah semua proses iterasi selesai, barulah dihasilkan desain produk kemasan Creasy Apparel Co.

4. Pembahasan

4.1 Analisis QFD Iterasi I

Pada QFD iterasi I, *need statement* dihubungkan dengan karakteristik teknis dan diberi nilai kontribusi sesuai ketentuan penilaian. Karakteristik teknis diberi ranking berdasarkan prioritas yang perlu dikembangkan. Ranking didapat dari Normalisasi kontribusi masing-masing karakteristik teknis. Sedangkan normalisasi kontribusi dihasilkan dari penjumlahan nilai kontribusi masing-masing karakteristik teknis dibagi dengan jumlah keseluruhan nilai kontribusi karakteristik teknis.

Tabel 4.1 Matriks Teknis

Karakteristik Teknis	Ranking	Tingkat Kesulitan	Target
Desain kemasan	1	4	3 pilihan desain
Desain tulisan	2	2	Disesuaikan
Jenis pewarna	3	2	Tinta print
Teknik pewarnaan	4	2	<i>Printing</i>
Jenis bahan	5	2	<i>Art carton</i>
Kualitas bahan	6	2	<i>Superb</i>
Ukuran tulisan	7	2	Disesuaikan
Panjang kemasan	8	2	35 cm
lebar kemasan	9	2	25 cm
Ketebalan bahan	10	2	ketebalan <i>art carton</i>
Volume kemasan	11	2	8.75 Liter

Dapat diketahui bahwa desain kemasan menempati urutan pertama. Artinya, desain kemasan akan menjadi prioritas utama dalam pengembangan desain kemasan produk pakaian.

4.2 Analisis QFD Iterasi II

Proses menetapkan Part Specification ditentukan melalui hasil metrik iterasi pertama. Setelah menentukan part specification yang disesuaikan dengan target dan tingkat kesulitan, dilakukan kegiatan matriks hubungan yang memiliki ketentuan yang sama pada Iterasi kedua. Tabel dibawah menunjukkan hasil dari matriks hubungan antara metrik dengan part specification. Didapat hasil warna tulisan menempati urutan pertama untuk prioritas pengembangan dengan nilai kontribusi sebesar 3,28, diikuti font tulisan pada urutan kedua dengan nilai kontribusi sebesar 2,95.

Tabel V.2 Part Specification

Part Specification	Tingkat Kesulitan	Target	Kontribusi	Normalisasi Kontribusi	Rank
Warna tulisan	3	Putih	3.28	0.1173012	1
Font tulisan	2	Disesuaikan	2.95	0.1055802	2
Jenis pewarna	2	Tinta <i>print</i>	2.93	0.104607	3
Konten pada kemasan	4	Disesuaikan	2.87	0.1027316	4
Ukuran tulisan	2	Disesuaikan	2.58	0.0922201	5
Panjang kemasan	2	35 cm	2.37	0.084828	6
Lebar kemasan	2	25 cm	2.37	0.084828	7
Material kemasan	2	<i>art carton</i>	2.28	0.0815815	8
Ketebalan bahan	2	ketebalan <i>art carton</i>	2.06	0.073485	9
Alat cetak	2	<i>printer</i>	1.94	0.0694254	10
Volume kemasan	2	8.75 liter	1.90	0.0680884	11
Logo icon informasi produk	2	sesuai dengan informasi yang disampaikan	0.43	0.0153237	12

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

1. Hasil QFD iterasi pertama menghasilkan 11 karakteristik teknis yang berasal dari pendefinisian *need statement*. Karakteristik teknis ini kemudian dihubungkan dengan *need statement* untuk mendapatkan metrik yang perlu menjadi prioritas pengembangan. Dari hasil penelitian, terdapat tiga karakteristik teknis yang menjadi prioritas, yaitu desain kemasan, desain tulisan, dan jenis pewarna.
2. Hasil QFD iterasi kedua menghasilkan 12 *part specification* yang berasal dari pendefinisian karakteristik teknis. *Part specification* ini kemudian dihubungkan dengan karakteristik teknis untuk mendapatkan prioritas *part specification* yang perlu dikembangkan. Dari hasil penghitungan, terdapat tiga prioritas *part specification* yang perlu dikembangkan, yaitu warna tulisan, *font* tulisan, dan jenis pewarna.
3. Penelitian ini menghasilkan tiga konsep ide yang akan dipilih untuk dikembangkan. Konsep-konsep ide ini memiliki fungsi yang sama, namun memiliki bentuk, proses membuka tutup kemasan, warna, dan teknik *handling* yang berbeda.

Daftar Pustaka

- [1] J. Ash and L. Wright, *Components of Dress: Design, Marketing and Image*, 1988.
- [2] S. Julianti, *The Art of Packaging*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- [3] P. Kotler and K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 2. Edisi ke 13*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- [4] L. Cohen, *Quality Function Deployment: How to Make QFD Work for You*, Massachusetts: Addison Wesley Publishing Company, 1995.
- [5] M. R. Klimchuk and S. A. Krasovec, *Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*, Jakarta: Erlangga, 2007.