

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan wawancara pada perusahaan PT Altindo Mulia yang beralamat di Jalan Arteri Yos Sudarso Komplek Pergudangan Diamond Cipta Niaga Nomor A1, Bandarharjo Semarang Utara.

3.2 Jenis & Sumber Data

3.2.1 Jenis dan Sumber Data

Pengolahan data menggunakan 2 jenis data yang sesuai dengan pendekatan yang dilakukan dalam penelitian yaitu:

3.2.1.1 Data Primer

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kriteria dari pelanggan terhadap produk PT Altindo Mulia, di mana data akan diperoleh dengan melakukan kuesioner pada 27 pelanggan dengan kategori *user* sebagai pemakai produk untuk mengetahui kriteria produk yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan untuk kemudian diolah dan dijadikan pedoman bagi pengembangan produk perusahaan.

3.2.1.2 Data Sekunder

Data sekunder yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data harga produk Aluminium Tray jenis BX-0347, Wrapping Film ukuran 30cm dan 45cm, dan Aluminium Foil Roll ukuran 30cm, data retur tahunan pada tahun 2018 dan 2019 yang didapat dari bagian akuntan perusahaan, data penjualan tahunan pada tahun 2016, 2017, 2018, dan 2019 yang didapat dari bagian akuntan perusahaan, dan data pelanggan perusahaan tahun 2018 dan 2019 yang didapat dari bagian akuntan perusahaan.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang akan digunakan untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini antara lain:

3.3.1 Metode Studi Dokumen

Metode ini dilaksanakan lewat mendapat dokumen yang bersumber langsung dari perusahaan PT Altindo Mulia diantaranya data biaya produksi dan data penjualan.

3.3.2 Metode Kuesioner

Metode ini dilaksanakan melalui pembagian kuesioner yang dibuat sendiri oleh peneliti dan akan disebar pada pelanggan atau pengguna produk dari PT Altindo Mulia untuk mengetahui kriteria kebutuhan dan harapan konsumen akan produk PT Altindo Mulia sehingga pengembangan produk dapat didasarkan pada keinginan konsumen. Kuesioner kriteria konsumen ditampilkan pada lampiran 3.

3.4 Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan teknik analisis data dengan metode deskriptif. Data terkait hasil dari kuesioner digunakan untuk analisis terhadap kriteria kebutuhan dan keinginan konsumen yang akan dijadikan pedoman utama dalam melakukan pengembangan produk melalui metode *Quality Function Deployment*. Sesuai dengan langkah *QFD*, data kriteria konsumen akan disusun dan kemudian diberi peringkat sehingga dapat diketahui kriteria mana yang dianggap paling penting oleh konsumen. Kemudian komponen biaya produk akan diidentifikasi dan diintegrasikan dengan kriteria konsumen untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara komponen biaya produk dengan kepuasan atau kriteria konsumen. Hasil dari langkah tersebut akan diintegrasikan dengan hasil langkah pertama sehingga dapat diketahui indeks kepentingan dari perbaikan produk tersebut. Komponen yang memiliki persentase indeks kepentingan tertinggi akan diutamakan untuk diperbaiki.

Pengembangan dan perbaikan produk juga memerlukan perencanaan biaya produksi dengan tujuan agar harga jual nantinya dapat bersaing dengan kompetitor. Oleh karena itu metode *QFD* juga memerlukan perencanaan biaya yang akan dibantu

melalui metode *Target Costing* sehingga harga jual yang diinginkan dapat dicapai dan tercipta efisiensi biaya produksi.

3.4.1 Langkah Analisis

3.4.1.1 *QFD (Quality Function Deployment)*

QFD merupakan metode pengembangan dan perencanaan produk yang memungkinkan perusahaan secara jelas dan detail dapat mendefinisikan apa yang menjadi kriteria kebutuhan dan harapan konsumen akan produk tersebut serta sekaligus lewat metode *QFD* dapat ditetapkan juga perencanaan biaya lewat metode *Target Costing* dalam rangka melakukan perbaikan dan pengembangan produk dengan biaya produksi seefisien mungkin agar harga jual perusahaan dapat bersaing dengan produk sejenis di pasar (Dwiyanto, 2016). Lewat metode *QFD*, perusahaan dapat mengetahui apa yang menjadi kriteria kebutuhan dan harapan konsumen akan suatu produk (*The voice of customer*), di mana perusahaan dapat menghilangkan atau mengurangi komponen yang tidak memberikan nilai tambah atau tidak mengurangi kepuasan konsumen akan suatu produk agar biaya produksi dapat lebih efisien dan mengarah pada harga jual yang bersaing dengan kompetitor. Akhirnya metode ini dapat digunakan sebagai pedoman perusahaan dalam pengembangan produk yang lebih tepat dan akurat sesuai keinginan konsumen, agar produk yang dijual lebih menarik minat konsumen dan penjualan dapat meningkat. Langkah yang digunakan dalam menggunakan metode *QFD* antara lain:

3.4.1.1.1 Menentukan kriteria pembelian konsumen serta memberikan peringkat pada setiap kriteria untuk menentukan prioritas keinginan konsumen.

Berdasarkan produk-produk PT Altindo Mulia diantaranya Aluminium Tray BX-0347, Wrapping Film 30cm, Wrapping Film 45cm, dan Aluminium Foil Roll 30cm, dapat ditentukan beberapa kriteria konsumen dalam membeli produk tersebut. Kriteria konsumen terhadap produk Aluminium Tray

diantaranya: ketebalan bahan, fungsionalitas produk, desain produk, ukuran produk, dan kemasan produk. Kriteria konsumen terhadap produk Wrapping Film 30cm dan 45cm diantaranya ketebalan bahan, kelenturan bahan, ketajaman pisau, fungsionalitas produk, *core* yang kokoh, dan kemasan produk. Kriteria konsumen terhadap produk Aluminium Foil Roll diantaranya ketebalan bahan, keawetan produk, fungsionalitas produk, kemasan produk, dan *core* yang kokoh. Peneliti akan mencari informasi mengenai kriteria-kriteria dari pelanggan tersebut dengan cara menyebarkan kuesioner lewat google form pada pemakai produk sebagai responden.

3.4.1.1.2 Melakukan identifikasi komponen dari setiap produk dan biaya masing-masing komponen tersebut.

Identifikasi biaya dapat dilakukan dengan mengidentifikasi bahan baku apa saja yang digunakan dalam proses produksi kemasan tersebut. Produk Aluminium Tray terdiri dari aluminium lembar, plastik untuk mengemas tray, dan minyak sayur. Produk Wrapping Film terdiri dari plastik LDPE, *core*, kemasan kardus, lem, dan pisau. Produk Aluminium Foil Roll terdiri dari Aluminium foil, kemasan kardus, lem, pisau, dan *core*.

3.4.1.1.3 Melakukan penentuan setiap komponen produk yang mempengaruhi kepuasan atau sesuai dengan kriteria konsumen

Penentuan persentase kontribusi dari komponen produk terhadap kriteria konsumen akan dibantu oleh karyawan bagian pabrik dan persediaan PT Altindo Mulia. Setelah persentase kontribusi komponen terhadap kriteria konsumen telah ditentukan, informasi tersebut dapat digunakan untuk menentukan indeks kepentingan dalam rangka melakukan perbaikan dan pengembangan produk. Pembahasan terkait dengan kontribusi antara komponen produk dengan kriteria konsumen akan ditampilkan pada bagian pembahasan setelah

dilakukannya penyebaran kuesioner dan identifikasi komponen biaya dari produk.

3.4.1.1.4 Menentukan persentase indeks kepentingan dari produk

Persentase indeks kepentingan ini merupakan acuan perusahaan dalam pengembangan dan perbaikan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, di mana *redesign* produk akan difokuskan pada persentase indeks kepentingan yang paling tinggi. Persentase indeks kepentingan didapatkan dengan mengkalikan antara kriteria konsumen di langkah pertama dengan kontribusi komponen dan kriteria di langkah ketiga sehingga ditemukan persentase indeks kepentingan. Persentase indeks kepentingan paling tinggi menunjukkan komponen yang paling sesuai dengan kriteria konsumen sehingga pengembangan dan perbaikan produk perusahaan akan diutamakan pada kriteria konsumen tersebut.

3.4.1.2 Metode *Value Engineering* (Rekayasa Nilai)

Dari data hasil penggunaan metode *QFD* akan didapatkan informasi mengenai preferensi atau kriteria kebutuhan dan harapan konsumen akan suatu produk yang akan digunakan sebagai pedoman pengembangan dan perbaikan produk. Komponen yang tidak memberikan nilai tambah bagi konsumen akan dihilangkan sebagai bentuk efisiensi biaya produksi. Kemudian perusahaan dapat menentukan juga harga jual baru dari produk setelah dilakukannya efisiensi biaya produksi dengan metode *target costing*. Setelah dilakukan metode tersebut, PT Altindo Mulia akan memiliki alternatif pengambilan keputusan dalam pengembangan produk dengan harga jual bersaing dan laba yang diperoleh sesuai dengan harapan perusahaan.