

BISMA

JURNAL BISNIS DAN MANAJEMEN

Jurnal Bisnis dan Manajemen (BISMA) adalah jurnal yang diterbitkan oleh Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya (Unesa) dan diterbitkan 2 (dua) kali dalam setahun. Jurnal ini diharapkan sebagai wahana komunikasi dan media bagi para akademisi dan praktisi dalam menuangkan ide-ide dalam bentuk kajian, pengamatan, pengalaman praktis, dan hasil penelitian empiris, di bidang bisnis dan manajemen

SUSUNAN REDAKSI

Penanggung Jawab	: Dra. Jun Surjanti, SE, M.Si
Ketua Penyunting	: Putu Herry Sunarya, SE, MM
Wakil Ketua Penyunting	: Dwiarko Nugrohoseno, S.Psi. MM
Penyunting Pelaksana	: Dr. Dewi Tri Wijayanti, M.Si Dr. Sri Setyo Iriani, SE., M.Si Dr. Andre Dwijanto Witjaksono, ST, M.Si Dra. Anik Lestari Andjarwati, MM Nadia Aandimitra, SE, M.SM Musdholifah, SE, M.Si
Mitra Bestari	: Prof. Dr. Djumilah Zein (Unibraw) Prof. Dr. H. Retig Adnyana, M.Si (Unesa) Prof. Dr. Muslich Anshori(Unair) Dr. Rer. pol. Debby Ratna Daniel, Ak (Unair) Dr. Muafi, SE, M.Si (UPN Yogyakarta) Budiono, SE, M.Si (ISEI)
Administrasi dan Sirkulasi	: Widyastuti, S.Si, M.Si Nindria Untarini SE, M.Si Yessy Artanti, SE, M.Si

Alamat Redaksi:
JURUSAN MANAJEMEN FE UNESA
Kampus Ketintang Surabaya, 60231
Telp. (031) 8299945, 8280009 PS.107 Fax. 8299946
Email : unindria@yahoo.com

B I S M A
Jurnal Bisnis dan Manajemen
Vol. 2, No. 1, Agustus 2009

DAFTAR ISI

1. Karakteristik Produk Bordir Berdasarkan Kepuasan Konsumen Segala Rintisan Pemberdayaan Sentra Industri Kecil di Jawa Timur (Studi Kasus di Sentra Industri Kecil Bordir Tanggulangin Sidoarjo)
Jun Surjanti **1-10**
2. Tinjauan *Criteria Supplier-Selection*, Integrasi Internal dan Eksternal *Supply Chain* terhadap Kinerja Perusahaan
Anjar Wibisono **11-19**
3. Analisis Kinerja Reksa Dana yang Terdaftar di Bapepam Menurut Metode *Risk Adjusted Return*
Nadia Asandimitra & Nurul Rizqia V. Lumaela **20-41**
4. Analisis Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan pada PDAM Kota Surabaya
Nyoman Sudapet **42-47**
5. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Perataan Laba pada Sektor Industri Perbankan
Musdholifah & Diana Puspitasari **48-60**
6. Penggunaan Donna Harun sebagai *Endorser* Iklan di Televisi dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Citra Lasting Youth Hand & Body Lotion (Studi pada Konsumen di Kelurahan Wates Mojokerto)
Novie Wilujeng & Anik Lestari Andjarwati **61-71**
7. Penilaian Konsumen tentang Ekuitas Merek *Shopping Mall* di Surabaya (Studi pada Tunjungan Plaza, Surabaya Plaza, dan Mal Galaxy)
Achmad Rofian Djunaedi & Sri Setyo Iriani **72-84**
8. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen pada Pasar Tradisional di Malang
Wiwik Retnaningsih **85-92**

KARAKTERISTIK PRODUK BORDIR BERDASARKAN KEPUASAN KONSUMEN SEGALA RINTISAN PEMBERDAYAAN SENTRA INDUSTRI KECIL DI JAWA TIMUR (Studi Kasus di Sentra Industri Kecil Bordir Tanggulangin Sidoarjo)

Jun Surjanti¹

Abstract

Sidoarjo has been known as the center of SMEs. As for embroidery product, price variable is the most dominant variable. The research that will be conducted is based on the previous research that has been conducted by the researchers regarding the customer perception of the characteristics of embroidery product.

This research is an exploratory research. The research method that will be used is qualitative descriptive which will be quantified by Quality Function Deployment method. The Subject of this research is the customers, embroidery experts, and TTG experts.

The results of the survey consists of data regarding the customer expectation on embroidery products in 4 (four) embroidery outlets in Sidoarjo. The data collected is arranged into the customer quality demand which subsequently comprised into the construct of quality performance. Afterward, the data is processed using WELCOME program and applied into an electric embroidery machine which could produce formatted embroidery pattern. Embroidery patterns that are desired by customers are flowery type such as jasmine, rose, cherry blossom, and KAMBOJA with size in a range of 1-3 cm, which is located in a variety of places, using KESET technique, and modified into 2 dimension with beads, and the color that is preferred is secondary color such as orange, violet, and green, and the type of fabrics that is favored is cotton.

In term of the technological capability that is possessed by the crafter, all demand for the customer quality construct can be satisfied. This is possible because a meeting regarding the capability and competence of the crafter has been arranged before the survey was conducted. All crafter that is surveyed in embroidery pattern and process is still manual without the use of computerized machine with embroidery pattern software.

Key words : Embroidery, QFD, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Selama ini Sidoarjo merupakan daerah sentra yang sudah terkenal di seluruh dunia. Sebagai pertimbangan produk bordir, variabel harga adalah variabel yang dominan, sehingga perlu diperhatikan image konsumen tentang harga. konsumen apabila mau belanja di SIK, maka image yang tertanam adalah harga murah produk bagus.

Sentra industri kecil adalah lembaga yang tahan krisis, maksudnya dengan adanya masalah-masalah perekonomian negara maka industri SIK bordir juga masih tetap bertahan dan bahkan berkembang. Oleh sebab itu berbagai pihak sangat diharapkan masukan/input untuk pengembangan produk.

Industri kecil merupakan perusahaan perseorangan, yang mana pimpinan perusahaan adalah pemilik perusahaan. Pimpinan perusahaan boerdir ini mempunyai tanggungjawab untuk pengembaliannya apabila berhubungan dengan bank. Tingkat konsekuensi dan tanggung jawab tentang pengembalian inilah yang menjadi kelebihan disisi UKM.

Unesa merupakan lembaga pendidikan yang memiliki laboratorium yang dilengkapi dengan peralatan untuk keperluan workshop dan tenaga ahli yang multi dan lintas disipliner yang mempunyai keahlian di bidang teknologi industri. Unesa bekerja sama dengan ITS untuk mengembangkan industri kecil bordir di Sidoarjo.

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian untuk konsumen, untuk mengetahui : responsif / tanggapan terhadap produk bordir hasil SIK : Harapan Konsumen, Kritik terhadap hasil bordir, saran-saran dari konsumen.
- b. Penelitian untuk Pakar I, Ahli Bordir untuk mengetahui : Responsif / tanggapan Pakar I dari model yang diharapkan konsumen terhadap bordir hasil SIK : Kritik terhadap produk bordir hasil SIK, saran-saran dari pakai bordir, Spesifikasi dan kompetensi yang dimiliki oleh SIK bordir Sidoarjo, cara pengembangan produk bordir berdasarkan tanggapan konsumen (permintaan pasar) melalui peer group.
- c. Penelitian untuk Pakar II : Teknologi tepat guna, untuk mengetahui : tanggapan tentang teknologi

produksi yang dipakai dari pakar II terhadap produk bordir Sidoarjo yang diharapkan konsumen melalui peer group.

- d. Penelitian untuk Pakar III : Teknik industri, untuk mengetahui : respon / tanggapan (kritik dan saran) terhadap desain manufaktur (proses produksi) pembuatan bordir, desain manufaktur (proses produksi) bordir yang efektif dan efisien untuk diterapkan pada SIK sehingga dihasilkan produk yang optimal untuk pengembangan produk bordir melalui peer group.

Tujuan sebagai berikut, yaitu untuk mengetahui tanggapan pengrajin tentang pengembangan produk yang ditawarkan oleh tim peneliti, kritik dan saran pengrajin terhadap pengembangan produk yang ditawarkan oleh tim peneliti. Dengan harapan pengrajin dapat mengembangkan produk lebih lanjut. Selanjutnya dapat diperoleh masukan dari pengrajin tentang hambatan atau kendala dalam mengembangkan produk.

Tujuan jangka panjang yang ingin dicapai adalah mengembangkan Sentral Industri Bordir di Jawa Timur (SIK Bordir Bangil, Pasuruan dan Gresik) melalui penerapan teknologi yang telah dimodelkan pada SIK Sidoarjo.

Target khusus adalah meneliti tentang karakteristik dan pengembangan bordir dari sisi desain dan teknik dasar bordir yang sesuai dengan keinginan pasar dan dapat dikembangkan oleh pengrajin di SIK bordir Sidoarjo. Selanjutnya diharapkan dapat memperoleh hak paten untuk menghargai kreativitas desain dan teknik dasar bordir hasil SIK di Sidoarjo.

Hasil penelitian tentang analisis beberapa karakteristik produk yang mempengaruhi frekuensi pembelian bordir hasil sentral industri kecil di Kabupaten Sidoarjo Propinsi Jawa Timur. Surabaya (Jun Surjanti, 2000) menunjukkan untuk keseluruhan responden menunjukkan bahwa variabel harga, desain, kombinasi warna, nilai seni, hasil pengerjaan, kualitas dan penampilan produk mempengaruhi frekuensi pembelian baik secara parsial maupun secara bersama-sama, kontribusi terhadap frekuensi pembelian sebesar 74,41% sedangkan banyak 26,29% berasal dari kontribusi variabel bebas yang lain, variabel harga adalah dominan dalam mempengaruhi frekuensi pembelian produk bordir. Sumbangan variabel harga terhadap pembelian adalah sebesar 15,45%.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti adalah tentang perbedaan motif pembelian produk bordir hasil Sentral Industri Kecil (SIK) Sidoarjo yang menunjukkan hasil bahwa ada perbedaan secara signifikan antara variabel motif pembelian produk bordir hasil SIK Kab. Sidoarjo pada segmen ibu rumah tangga, wanita bekerja dan

remaja. Perbedaan motif pembelian antara segmentasi wanita adalah sebagai berikut : Segmen ibu rumah tangga prioritas motif terbanyak dari ibu rumah tangga yang pertama adalah kombinasi warna. Segmen wanita bekerja prioritas motif terbanyak dari wanita bekerja yang pertama adalah harga. Segmen remaja prioritas motif terbanyak dari remaja yang pertama adalah desain.

Sampai saat ini banyak sekali perangkat penunjang untuk pengembangan produk, baik berupa perangkat keras maupun dalam bentuk perangkat lunak, seperti Auto Cad, CAD/CAM, dan berbagai bahasa pemrograman lainnya. Akan tetapi selalu saja masih dibutuhkan metode baru yang lebih efisien, sehingga biaya dan waktu produksi dapat ditekan sekecil mungkin, tanpa mengurangi kualitas produk. Salah satu metode yang sangat populer untuk mengembangkan produk adalah metode Quality Function Deployment (QFD). Salah satu bagian dari metode QFD itu ada langkah Substitusi (I Made London, Batan dalam Jurnal terbitan UGM : 2004), merupakan langkah dasar dalam perancangan dan pengembangan suatu produk. Dari langkah ini dikembangkan suatu metode substitusi. Sebagai aplikasi dari metode yang dikembangkan ini, diberikan contoh pengembangan sebuah sepeda. Oleh sebab itu metode dan hasil penelitian ini juga dapat digunakan untuk mengembangkan produk bordir di masa yang akan datang.

Keputusan Konsumen dalam Pembelian

Keputusan pembelian konsumen tidak dilakukan secara seketika, tetapi dilakukan melalui tahapan-tahapan pembelian. Ferrel et al.(1995:185) menyatakan bahwa : “proses keputusan pembelian yang dilakukan konsumen meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian dan evaluasi pasca pembelian. Pengenalan masalah meliputi kegiatan analisis kebutuhan terhadap produk tertentu dilanjutkan dengan kegiatan pencarian informasi melalui sumber-sumber tertentu. Setelah produk ditemukan maka konsumen mengadakan kegiatan evaluasi alternatif guna membandingkan produk sebelum membeli, kemudian menetapkan pembelian dan pada akhirnya menilai produk secara menyeluruh.

Pengetahuan adalah informasi yang disimpan dalam ingatan. Menurut Engel et al (1994:317) “pengetahuan konsumen terdiri dari 3 bidang, yaitu *product knowledge*, *purchase knowledge* dan *usage knowledge*. Pengetahuan pemakaian adalah mencakup informasi yang tersedia tentang bagaimana produk digunakan dan apa yang diperlukan dalam penggunaan. Pengetahuan konsumen ini diungkapkan oleh Peter et al. (1990:71) yaitu tentang *bundle of attribute*, *bundle*

of benefit dan value satisfaction”. Dalam membeli produk konsumen akan memperhatikan karakteristik produk, yang terdiri dari atribut produk secara abstrak dan kongkrit. Tahapan selanjutnya melihat akibat atau dampak yang ditimbulkan produk, yang terdiri atas akibat dan fungsi produk itu sendiri dan akibat phikososial dari pemakaian produk dan yang terakhir adalah penilaian terhadap pemakaian produk.

Konsumen sebagai pusat inspirasi pengembangan produk

Konsumen adalah pusat inspirasi suatu pengembangan produk, selain suara mereka bisa dipakai sebagai pemasaran suatu produk, juga bisa dipakai sebagai dasar pengembangan produk itu sendiri. Akan tetapi secara umum suara konsumen bersifat kualitatif, padahal perancangan dan pengembangan produk harus didasarkan oleh suatu besaran yang dapat dibuktikan dan diukur (kuantitatif).

Metode *Quality Function Deployment* (QFD) dikembangkan untuk mengevaluasi permintaan konsumen, yang kemudian dirubah menjadi suatu bentuk yang mempunyai besaran dan dapat dilihat serta dibuktikan (kuantitatif). QFD diperkenalkan pertama kali di Jepang akhir tahun 1960-an. Ketika pertama kali QFD diperkenalkan, Jepang sedang mengalami perkembangan pesat pada industri automobile. QFD terdiri dari empat fase, yaitu fase 1-product planning, fase 2-part deployment, fase 3-process planning dan fase 4-production planning.

Dalam kenyataan praktis dijelaskan oleh (Aka 97), walaupun QFD kelihatannya sederhana, kenyataan di lapangan sangatlah berbeda. Rancangan banyak diselesaikan tanpa memasukkan unsur konsumen. Produk dikembangkan, lalu diperkenalkan kepada konsumen (pemakai), dan konsumen akan menilai, apakah produk tersebut menarik, layak atau berfungsi. Jika semua kebutuhan tersebut terpenuhi, maka produk dikatakan sesuai dengan keinginan konsumen. Sedangkan metode QFD dimaksudkan untuk mengetahui suara konsumen dan kemudian mengevaluasinya untuk dijadikan sebagai masukan pada pengembangan produk selanjutnya. Oleh karena itu selalu timbul masalah, konsumen yang bagaimana, yang bisa diharapkan dapat memberikan masukan ke industri untuk pengembangan produk. Jika ada suara konsumen, lalu bagaimana kita dapat menterjemahkannya ke dalam perancangan produk tersebut.

Metode Substitusi sebagai alat pengembangan produk

Sebagai bagian dari langkah metode QFD, langkah substitusi adalah langkah dasar dari perancangan dan pengembangan produk pada sisi desainer. Artinya setelah diketahui keinginan atau permintaan konsumen, desainer akan mencoba menterjemahkan suara konsumen menjadi suatu permintaan kualitas konstruksi (spesifikasi teknis suatu produk). Metode substitusi yang dikembangkan terdiri dari 6 (enam) langkah dan dapat dilihat pada tabel 1.

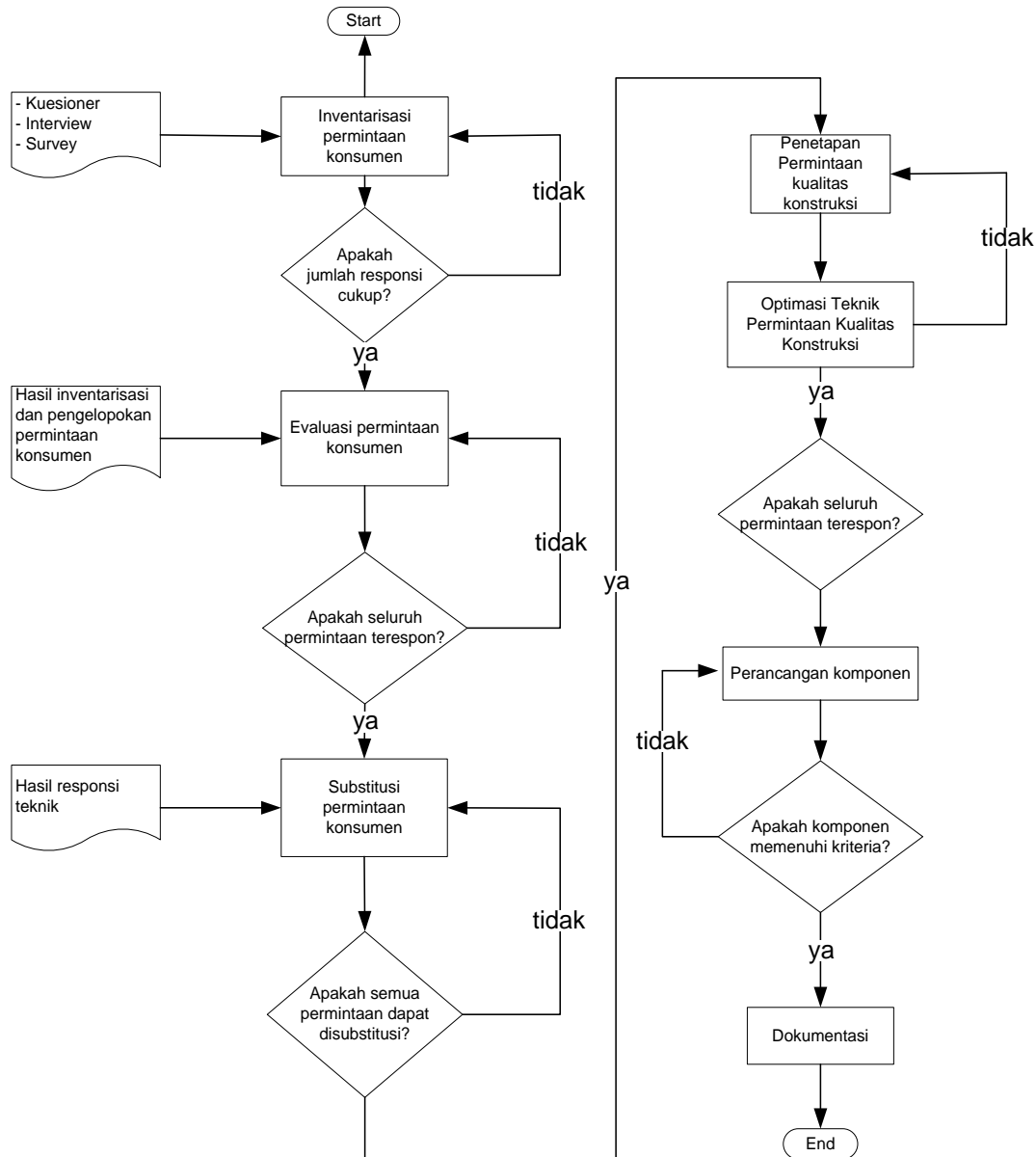
Tabel 1
Langkah-langkah Metode Substitusi

Langkah	Uraian
1	Inventarisasi permintaan konsumen
2	Evaluasi permintaan konsumen
3	Penterjemahan permintaan konsumen ke kualitas produk
4	Penetapan permintaan kualitas produk
5	Optimasi teknik permintaan kualitas produk
6	Rancangan komponen produk yang dikembangkan

Untuk mempermudah pengertian secara sistematis akan metode substitusi, maka dibuat diagram alir,

seperti terlihat pada gambar 2 sebagai berikut :

Gambar 1: Diagram Alir Metode Substitusi pada Perancangan dan Pengembangan Produk



Langkah yang paling awal dari metode ini adalah langkah inventarisasi permintaan konsumen (voice of customer – VOC). Permintaan konsumen dapat diketahui dengan berbagai cara, misalnya dengan penyebaran kuesioner, survey lapangan atau tanya jawab (baik langsung maupun tidak langsung), dll. Pertanyaan disusun sedemikian rupa, sehingga konsumen tidak bingung menjawab atau mengisi jawaban. Langkah berikutnya (langkah 2) adalah evaluasi permintaan konsumen. Evaluasi dapat dilakukan dengan cara menghitung jumlah permintaan konsumen terhadap kualitas produk.

Permintaan konsumen yang paling banyak harus menjadi perhatian desainer. Demikian pula dengan permintaan selanjutnya, sebisa mungkin dapat dipenuhi oleh desainer. Sebagai langkah III (ketiga) adalah penterjemahan permintaan konsumen ke dalam kualitas konstruksi. Secara

umum permintaan konsumen adalah bersifat kualitatif menjadi bentuk kuantitatif mendapatkan kesulitan. Artinya desainer tidak dapat bekerja sendiri, dia harus mempunyai suatu tim disebut dengan tim perancangan dan pengembangan produk untuk melakukan benchmarking. Sebagai hasil dari kerja tim, maka permintaan kualitas konstruksi suatu produk dapat ditetapkan (langkah 4). Sebagai tindak lanjut akan dilakukan optimasi teknik atas permintaan kualitas konstruksi. Hal ini dapat dilakukan pada langkah ke 5. untuk maksud itu dibutuhkan dokumen yang memuat spesifikasi teknis dari produk yang sudah ada atau yang akan dikembangkan. Optimasi adalah merupakan pusat perancangan dan pengembangan produk [Batan 03]. Langkah ini harus diimbangi dengan keinginan tim perancangan dan pengembangan produk dalam memenuhi permintaan konsumen

secara menyeluruh. Langkah ini sangat menentukan performansi produk selanjutnya. Keluaran dari langkah ini adalah spesifikasi teknik produk secara detail. Berdasarkan atas perancangan tersebut, maka komponen dari produk dirancang (langkah 6). Perancangan komponen yang sangat penting, karena pada langkah ini sifat-sifat mekanik material seperti kekuatan, ketangguhan diuji, apakah variabel tersebut memenuhi syarat perancangan.

Sebagai bagian dari tujuan perancangan adalah pembuatan produk. Rancangan komponen/produk dapat evaluasi, apakah rancangan dapat dimanufaktur ataukah desainnya harus dirubah. Langkah ini adalah merupakan bagian penting dalam pengembangan produk, yaitu langkah desain untuk manufaktur. Melalui evaluasi manufaktur, dapat diketahui apakah komponen dapat dibuat, dan berapa biaya produksinya.

Karakteristik Bordir Sidoarjo

Pengamatan peneliti pada hasil produk bordir Sidoarjo mempunyai ciri sebagai berikut :

- a. Desain, desain motif yang sering digunakan pada buana lenan rumah tangga adalah bentuk flora, bentuk flora berupa bunga dan daun-daun dari alam
- b. Letak hiasan, letak hiasan motif bordir atau pola hias bordir banyak menggunakan pola hiasan tepi dan pola hiasan sudut. Pola hiasan tepi sering digunakan sebagai pinggiran belahan blus, krah kemeja, tepi taplak meja, bagian bawah blus. Sedangkan pola sudut sering digunakan pada taplak, sarung bantal, sprengi dan ujung kebaya bagian muka dan
- c. Bahan / tekstil, tekstil yang digunakan bervariasi, untuk rumah tangga menggunakan kain katun, satin, dll. Sedangkan untuk busana digunakan kain katun, chiffon, erodan dan organdy
- d. Warna, warna benang sering menggunakan warna terang kontras dengan warna bahan tekstil.
- e. Teknik bordir, teknik yang digunakan adalah setik stik loncat/full, kerancang.

Kualitas dan keindahan bordir dapat ditentukan oleh:

- a. Peralatan, yaitu mesin bordir harus dalam keadaan baik, lancar digunakan sehingga menghasilkan bordir yang bagus.
- b. Sumber daya manusia yang profesional, dalam proses bordir terdiri dalam 2 jenis profesional, yaitu tukang bordir dan desainer bordir.
- c. Teknik pengerjaan yang profesional, maksudnya adalah : hasil yang diperoleh sesuai penempatan dan teknik bordir, susunan benang-benang kencang, rapi sesuai pola desain motif, desain motif bordir aktual, orsinil, kreatif dan

inovatif. Selain itu desain juga harus serasi dan dinamis, artistik dalam paduan warna benang dan waktu pengerjaan relatif cepat dan singkat.

Standar bordir yang baik menurut Suharsono (2004:107) bordir yang baik pada busana, jika :

- a. Desain motif sesuai kebutuhan dan diterima semua kalangan
- b. Susunan warna benang bordir sesuai dengan bahan pokok dan motif secara keseluruhan
- c. Desain motif sesuai dengan prinsip desain seperti pengulangan (*repelitation*), selang seling (*altermation*), radiasi (*radiation*)
- d. Bordir harus terus aktual, orisinil, inovatif dan mengikuti kemajuan dunia mode
- e. Teknik bordir dibuat dengan rapi, teratur sesuai setile bordir pada motif yang diinginkan.

METODE PENELITIAN

Metode yang dipakai adalah dengan metode deskriptif kualitatif yang dikuantitatifkan dengan metode *Quality Function Deployment* (QFD) terdiri dari empat fase, yaitu fase 1-product planning, fase 2-part deployment, fase 3-process planning dan fase 4-production planning.

1. Hasil yang ditargetkan menghasilkan temuan baru model bordir dari sisi desain dan teknik bordir yang berdasarkan kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini juga dikembangkan sistem manajemen produksi yang dapat diterapkan di SIK Sidoarjo yang diolah dengan metode QDF.
2. Institusi lain yang terlibat : Jurusan Tata Busana Fakultas Teknik Unesa (pakar bordir dan pengembangan desain), Jurusan teknik Mesin Fakultas Teknik Unesa (Pakar TTG), Jurusan Teknologi Industri ITS (Pakar sistem manajemen industri)
3. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi model pengembangan Sentra industri kecil bordir di wilayah Jawa Timur, antara lain, misalnya Bangil, Pasuruan dan Gresik melalui program Hibah Tahap II dan program Vucer Multi Tahun Periode yang akan datang.

Tahap Penelitian :

1. Penelitian Model Eksplorasi
2. Prosedur, dilakukan penelitian karakteristik produk dan pengembangannya melalui tanggapan dari konsumen, ahli/pakar, pakar TTG, dan pengembangan teknologi bordir.
3. Subyek penelitian
 - a. Konsumen
 - b. Pakar Bordir
 - c. Pakar TTG
4. Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data
Metode yang dipakai adalah dengan metode deskripsi kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan statistik deskriptif kualitatif

melalui analisis prosentase dan metode QDF (untuk menentukan sistem manajemen teknologi industri produk bordir)

kebutuhan terhadap bahan pakaian bordir dari sisi jenis bordir, ukuran bordir, letak hiasan, teknik bordir, kombinasi bordir, dan warna bordir. Penelitian ini dimulai pada tanggal 2 Mei 2007 sampai dengan tanggal 10 Nopember 2007 dengan melibatkan field worker dari tenaga mahasiswa sebanyak 6 orang. Pengambilan data dilakukan pada 4 perusahaan dan showroom bordir, antara lain :

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian Model Eksplorasi ini bertujuan untuk menggali keinginan konsumen pada pemenuhan

Tabel 2
Lokasi Penelitian

Perusahaan	Nama Pengusaha	Alamat
CV. Indah Bordir	Ibu Naila Nadin	Jl. Yos Sudarso No. 7 Sidoarjo
M.BA Bordir	Ibu Muhammad	Jl. Yos Sudarso 8–8A Sidoarjo
Hasta Indah Bordir	Ny. Hj Husnah	Jl. Raya Kludan 4-6 Sidoarjo
CV. Mapan	Ibu Hadiah	Jl. Raya Tanggulangin, Sidoarjo

Sumber : Data penelitian

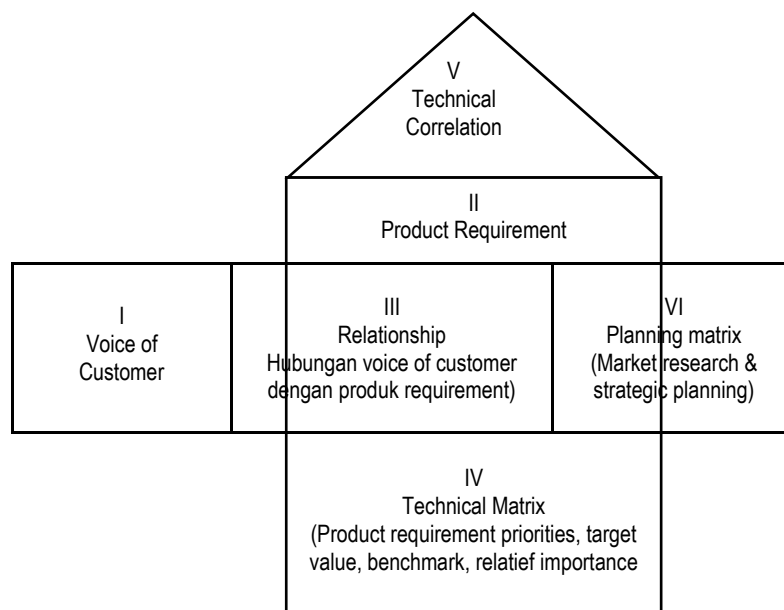
Prosedur, dilakukan penelitian karakteristik produk dan pengembangannya melalui tanggapan dari

- Konsumen, data konsumen dikumpulkan melalui metode angket penelitian yang diisi oleh konsumen setelah melakukan pembelian, dengan kriteria konsumen yang dijadikan responden adalah konsumen yang pernah, senang dan mengerti tentang produk bordir, dengan latar belakang ini diharapkan konsumen sebagai responden dapat menilai tentang bordir dan sebagai pemakai produk akhir bordir.
- ahli/pakar, yang dimaksud adalah pendapat dari desainer, pakar bordir dan pengusaha. Model yang dihasilkan didiskusikan dalam peer group

untuk menterjemahkan hasil penelitian dari konsumen, yang diolah dengan metode QFD dan diaplikasikan menjadi model dengan desain dan teknik yang mendekati harapan konsumen.

- pakar TTG, diperoleh masukan tentang kemungkinan TTG yang akan diterapkan untuk mengaplikasikan pola yang diperoleh dari hasil peer group untuk penelitian lanjutan.
- pakar pengembangan teknologi bordir, menerapkan keinginan konsumen yang diperoleh dari konsumen dalam bentuk tanggapan melalui peer group dari hasil penelitian deskriptif kualitatif yang selanjutnya diaplikasikan dalam model QFD.

Gambar 2 : House of Quality Deployment



Analisis Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data bahwa konsumen dari 4 perusahaan dari toko bordir, yaitu Indah Bordir, MBA, Hasta Indah dan Mapan diperoleh data sebagai berikut :

1. Data penelitian kualitatif dari responden konsumen bordir masih “bersifat *sporadic* (kasar) dari identifikasi kebutuhan konsumen.
2. Kegiatan selanjutnya adalah menyusun matrik “Rumah Kualitas” (*House of Quality/HQD*), yang bertujuan untuk menampilkan semua keinginan konsumen dalam bentuk “Suara Konsumen” (*Voice of Customer/VOC*) atau disebut PKC (Permintaan Kualitas Customer).

Kegiatan pemetaan keinginan pada rumah kualitas dapat dilihat pada gambar 2.

Tahapan Penyusunan Rumah Kualitas sebagai berikut :

1. Tahap ke 1 (Matrik I)
Mengolah data hasil survey berdasarkan kelompok masing-masing PKC dan selanjutnya membuat peringkat pada masing-masing kelompok sesuai keinginan customer. Data peringkatan pada lampiran.
2. Tahap ke 2
Membuat matrik tabel hubungan perbandingan kepentingan antar masing-masing PKC. Matrix tabel hubungan perbandingan antar masing-masing PKC terdapat pada lampiran.
3. Tahap ke 3 (Matrik II dan Matrik IV)
Menyusun Pertimbangan Performance Kualitas Konstruksi (PKK) atau desain border, pada tahap ini pertimbangan dilakukan berdasarkan masing-masing PKC sehingga diharapkan target PKC dapat dipenuhi sesuai dengan kondisi sebenarnya. Susunan di tabel PKK ini belum bisa semua dipenuhi secara kuantitatif hal tersebut disebabkan ada beberapa hal yang masih sangat tergantung dengan selera desainer, antara lain : rangkaian bentuk bunga dan daun, komposisi warna bordir, perpaduan warna bordir dan kain, serta komposisi hiasan bordir dan sebagainya. Walaupun tidak semua PKK terukur namun pada tahap ini Desainer sudah bisa membuat contoh produknya berdasarkan trend PKC yang muncul (merupakan target penelitian tahap ke 1)
4. Tahap ke 4 (Matrik III)
Membuat matrik tabel keterkaitan kekuatan hubungan antar masing-masing PKC dan PKK. Tabel ini diperuntukkan untuk mengetahui dan mengukur prioritas PKK yang mana perlu mendapat perhatian dalam melakukan proses produksi yang akan dilakukan nantinya (Penelitian Tahap ke 2). Tabel keterkaitan hubungan antar masing-masing PKC dan PKK terdapat pada lampiran.

5. Tahap ke 5 (Matrik V)

Menyusun Matrik hubungan keterkaitan antar masing-masing PKK dan arah optimasi perlakuan masing-masing PKK apakah diminimalkan, dimaksimalkan atau dioptimumkan. Matrik ini berguna untuk mengetahui hubungan keterkaitan antar masing-masing PKK dan arah perlakuan kualitas dan kuantitas masing-masing PKK. Matrik ini sangat berguna terutama pada penelitian tahap/tahun ke 2 saat UKM memproduksi hasil produk penelitian.

6. Tahap ke 6 (Matrix VI)

Tahap ini yaitu melakukan riset pasar dan strategi pencernaan. Tahap ini akan bisa dilakukan setelah kita melakukan beberapa tahapan sebelumnya dan mengetahui pola pemasaran UKM sebelumnya. Sehingga pada laporan ini belum bisa disajikan.

Berdasarkan hasil peer group diperoleh hasil diskusi tentang spesifikasi bordir yang akan dirancang oleh desainer diatas didiskusikan kembali untuk mengamati kemiripan dan didiskusikan untuk keterwakilannya, dengan data sebagai berikut :

- a. **Desain**, berdasarkan hasil diskusi peer group dengan pengusaha dan pakar diputuskan bahwa jenis bunga yang disukai konsumen adalah melati, mawar, buah cerry dan kamboja. Sedangkan daunnya bergerigi dan bulat halus. Sedangkan bintang geometris dan tak beraturan tidak dimasukkan dalam kriteria pilihan mengingat peminatnya sangat sedikit.
- b. **Ukuran Bordir**, berdasarkan hasil diskusi peer group antara peneliti pengusaha dan pakar diperoleh data bahwa ukuran yang paling diminati konsumen adalah kecil dan sedang dengan ukuran antara 1 sampai 3 cm.
- c. **Letak Hiasan Bordir**, berdasarkan hasil diskusi peer group antara peneliti pengusaha dan pakar diperoleh data bahwa letakan bordir yang paling diminati adalah kombinasi, dibagian dada, dibagian bawah blus dan dibelahan blus. Sedangkan di krah diabaikan karena hanya diminati oleh 2 orang.
- d. **Teknik Bordir**, berdasarkan hasil diskusi peer group antara peneliti pengusaha dan pakar diperoleh data bahwa untuk teknik bordir dasar yang diminati adalah full loncat, teknik bordir lubang adalah kerancang, teknik kerancang yang diminati adalah jala-jala, dan aplikasi bordir yang diminati adalah aplikasi 2 dimensi dan 3 dimensi. Sedangkan woll, pecah kopi dan campuran tidak dimasukkan dalam kriteria ini karena hanya diminati oleh sedikit konsumen.
- e. **Kombinasi**, berdasarkan hasil diskusi peer group antara peneliti pengusaha dan pakar diperoleh data bahwa untuk warna kain dan

benang yang diminati adalah kain senada dengan warna benang dan hiasan yang diminati adalah payet dan tanpa hiasan juga harus diperhatikan.

- f. **Warna Bordir**, berdasarkan hasil diskusi peer group antara peneliti pengusaha dan pakar diperoleh data bahwa untuk warna yang diminati adalah sekunder (orange, ungu, hijau) dan warna primer (merah, kuning, biru), kombinasi warnanya komplementer dan kontras, kesan warnanya lembut dan terang juga perlu sebagai pertimbangan, bahan bordir yang diinginkan adalah katun, sifon, satin dan sutra.
- g. **Kritik dan Saran**, berdasarkan pendapat konsumen kritik dan saran yang disampaikan adalah tentang : desain Bordir lebih bervariasi (39 responden), kualitas lebih baik lagi (23 responden),. Harga lebih terjangkau (14 responden), Pelayanan (23 responden). Kritik yang disampaikan konsumen yang paling dominan adalah tentang desain yang bervariasi dan kualitas yang lebih baik. Untuk faktor pelayanan juga harus digunakan sebagai bahan pertimbangan. Sedangkan faktor-faktor yang lain tidak diputuskan dan penelitian ini karena hanya direspon oleh sebagian kecil konsumen yang menjadi sampel penelitian.

Analisa rancangan produk:

Berdasarkan tabel 2 dapat dianalisa menurut masing-masing kelompok PKC antara lain:

a. Kelompok Bentuk Bordir

Kelompok ini terdiri dari bentuk bunga, buah, dan daun, kedua bentuk tersebut motifnya sudah umum di kalangan desainer bordir sehingga Pertimbangan PKK desainer tidak merasa kesulitan untuk mendapat motifnya. Namun rangkaian bunga dan daunnya tergantung selera desainer.

b. Kelompok Ukuran Bordir

Ternyata hasil survey menunjukkan PKC menghendaki ukuran bentuk bordir kurang dari 1 cm dan sekitar 1 s/d 3 cm. Hal tersebut sudah otomatis menjadi PKK namun dalam pelaksanaannya tergantung pada skill operator dan mesinnya. Dalam kasus ini kebanyakan UKM menggunakan mesin jahit jenis JUKI serta untuk mengerjakan bentuk bordir dengan ukuran tersebut bukan menjadi kendala.

c. Kelompok Letak Hiasan Bordir

Letak Hiasan Bordir yang mendominasi PKC yang terletak pada posisi berkombinasi walaupun sebagian ada yang menghendaki satu posisi saja. Dari data tersebut tentunya letak kombinasi merupakan tren yang lebih kuat

sedangkan kombinasi peletakannya tergantung apresiasi desainer.

d. Kelompok Teknik Pembordiran

Berbagai jenis teknik pembordiran ternyata disesuaikan dengan bentuk bordir dan rangkaiannya sehingga dalam satu rangkaian bordir tidak hanya menggunakan satu jenis teknik pembordiran. Hal inilah yang menarik di dalam mendesain bentuk bordir dan rangkaiannya sehingga desain bordir akan sangat bervariasi bisa jadi walaupun bentuknya sama namun dalam teknik pembordirannya bisa berbeda. Dengan demikian bentuk bordir dan teknik pembordirannya mempunyai keterkaitan yang sangat kuat dari sinilah seorang desainer bordir bisa mematenkan desainnya, ini juga merupakan target dari penelitian ini yang akan dilakukan kerjasama dengan desainer bordir untuk mendapatkan hak paten.

Untuk bisa membordir berbagai teknik pembordiran di atas UKML menggunakan jenis mesin jahit JUKI. Hal ini dikarenakan jenis mesin ini mudah dikuasai oleh operator yang bekerja di UKM. Mesin yang bekerja secara otomatis berbantuan komputer yang dilengkapi software progame desain bordir seperti di UNESA belum dimiliki oleh UKM bordir di Sidoarjo.

e. Kelompok Variasi Pembordiran

Variasi pembordiran bentuk 2 dimensi masih mendominasi dibanding 3 dimensi. Untuk memenuhi PKC ini skill operator dan mesin bordir jenis JUKI dapat mengatasinya

f. Kelompok Hiasan Tambahan

Hiasan tambahan disini yang dimaksud adalah bordir diberi tambahan payet atau tidak (polosan). Ternyata dengan tambahan payet mendominasi keinginan PKC, untuk memenuhi ini pertimbangan PKK yaitu tambahan hiasan menyesuaikan motif dan masih tetap tergantung pada apresiasi desainer.

g. Kelompok Warna Bordir

Apapun warna benang dan kombinasinya yang dikehendaki PKC tergantung pada selera desainer dalam mengkombinasinya serta tetap melihat ketersediaan bahan yang ada di pasaran.

h. Kelompok Warna Kain

Dalam memenuhi warna kain seperti kehendak PKC masih sangat tergantung pada kemampuan mengkombinasi desainer

i. Kelompok Bahan Kain Bordir

Bahan kain bordir yang sesuai dengan kehendak PKC dapat dipenuhi sesuai dengan ketersediaan bahan di pasaran dan tentunya harga merupakan pertimbangan yang tetap diperhitungkan.

Dari seluruh analisa PKK dalam memenuhi kehendak PKK diatas sebenarnya dapat dipenuhi

oleh UKM, hal tersebut dikarenakan pada penelitian ini dilakukan berdasarkan kemampuan yang ada pada UKM Bordir di Sidoarjo dan sekitarnya.

1. Kegiatannya selanjutnya adalah mengaplikasikan hasil diskusi peer group dalam pola bordir melalui *program welcome*, program ini digunakan untuk membuat desain bordir, sesuai dengan spesifikasi yang ditentukan, dengan langkah-langkah sebagai berikut :
 - a. Input A, digunakan untuk menggambar bentuk tidak beraturan
 - b. Input B, digunakan untuk menggambar bentuk beraturan
 - c. Input C, digunakan untuk memuat garis atau tepi
 - d. *Complex fill/values* mengisi dengan teknik bordir yang dipilih konsumen
 - e. *Letering*. Digunakan untuk pembordiran huruf/abjad
2. Pola/model bordir dasar yang diharapkan/diinginkan konsumen di print pada kertas pada lampiran.
3. Selanjutnya diaplikasikan pada kain katun yang menjadi prioritas keinginan konsumen.

Dari penelitian ini dihasilkan rancangan produk pola/model dasar bordir sebagai berikut :

KESIMPULAN

Berdasarkan pengumpulan, pengolahan dan analisa data yang telah dilakukan maka pada penelitian ini dapat disimpulkan dan diberi saran sebagai berikut :

Simpulan

1. Melalui survey lapangan untuk mendapatkan respon dan harapan konsumen mengenai produk bordir pada 4 (empat) showroom bordir Sidoarjo, maka diperoleh data Permintaan Kualitas Customer (PKC) sesuai tabel 4. Data ini diharapkan bisa digunakan sebagai panduan pengembangan produk bordir berdasarkan keinginannya konsumen. Data bordir yang disukai konsumen antara lain : jenis bunga (melati, mawar, cerry dan kamboja), dengan ukuran antara 1-3 cm, letaknya bervariasi, dengan menggunakan teknik esek/keset, dan variasi menjadi 2 dimensi dan ditambahkan payet, dan warna yang disukai adalah warna skunder (orange, ungu dan hijau), sedangkan jenis kain yang disukai adalah katun.
2. Berdasarkan data PKC, berdasarkan saran dari pakar bordir melalui peer group untuk pengembangan produk bordir diberikan melalui pertimbangan Performance Kualitas Konstruksi (PKK) terdapat pada tabel 5.
3. Ditinjau dari kemampuan teknologi yang dikuasai dan dimiliki oleh pengrajin, maka seluruh permintaan PKC masih dapat dipenuhi

oleh pengrajin. Hal tersebut dikarenakan sebelum melakukan survey telah dilakukan pertemuan dengan pengrajin mengenai kemampuannya dalam penguasaan teknologi bordir. Seluruh pengrajin yang diteliti dalam membuat desain maupun proses pembuatan bordir masih bersifat manual belum menggunakan mesin berbantuan komputer yang dilengkapi software desain bordir (seperti yang dimiliki Unesa).

4. Berbagai proses produksi yang diperlukan untuk memproduksi desain bordir hasil produk penelitian ini ternyata pengrajin telah menguasainya, sehingga peneliti III (ahli desain manufaktur) cukup memberikan saran bagaimana seluruh proses produksi dapat berjalan secara optimal yang akan dilakukan pada penelitian tahap/tahun ke 2.

Saran

1. Pada penelitian tahap/tahun ke 2 diharapkan konsumen berperan serta dalam menentukan kualitas produk bordir berdasarkan karakteristiknya. Masukan yang diberikan semoga merupakan masukan yang sesungguhnya, karena berpengaruh terhadap pola/model dasar yang dihasilkan peneliti.
2. Diperlukan singronisasi PKC dan PKK oleh pengrajin bersama peneliti dan ahli, yang akan dilakukan pada penelitian tahap/tahun ke 2.
3. Dikarenakan semua pengrajin bordir Sidoarjo dalam melakukan desain dan produksi bordir masih menggunakan cara manual (tanpa bantuan komputer) sebaiknya perlu diadakan kerjasama antara UNESA khususnya dalam mendesain berbagai motif bordir. Sehingga diharapkan dari hasil kerjasama ini akan dihasilkan berbagai motif desain bordir yang lebih variatif untuk memenuhi kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan kritik dan saran dari konsumen bahwa dibutuhkan desain bordir yang lebih variatif.
4. Kemampuan dengan menggunakan alat manual dapat dihasilkan bordir yang berkualitas, tetapi di masa yang akan datang pengrajin perlu pengetahuan yang lebih baik tentang teknologi pembuatan bordir.

DAFTAR ACUAN

- Assauri Sofyan, 1990. *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Press, Jakarta.
- Batan, I Made London. 2004. *Metode Substitusi Permintaan Konsumen sebagai Dasar Perancangan dan Pengembangan Produk Manufaktur*. Yogyakarta Jurnal UGM

- Craven, David, W. *Pemasaran Strategik*, Terjemahan, Edisi keempat, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- , 1997. *Strategic Marketing*, Printed in The United State, America.
- Cordell, Victor V. 1997. *Consumer Knowledge Meansures as Predictors in Product Evaluation*. Journal Psychology & Marketing (PSY). ISSN : 0742-6046.
- Engel, James. F Roger. D. Blackkwell. Paul. W. Miniard. Alih Bahasa FX Budiyanto. 1994. *Perilaku Lonsume*. Penerbit Binarupa Aksara, Jakarta.
- Ferrell, Pride dan William M. Pride. 1995. *Pemasaran : Teori & Praktek Sehari-hari Edisi Ketujuh Jilid 1* Alih Bahasa Drs. Daniel Wirajaya, Bina Aksara, Jakarta.
- Gujarati, Damodar. 1997. *Ekonometrika Dasar, Terjemahan*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Glueck, William. F and Laurence R. Jauch, 1991, *Strategic Management and Business Policy*. Fifth Edition, MC. Graw Hill Inc, Singapore.
- Glueck, William F Lawrence R. Jauch. 1994. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaa.*, Terjemahan. Edisi ketiga. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Hurlock, B. Elizabeth. 1992. *Psikologis Perkembangan*. Edisi kelima. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Julibert, Alain dan Gary Bagumgartener. *Value, Motivation, and Personal Goals : Revisited*. Journal Psychology & Marketing (PSY). SISSN : 07 42-6046.
- Kartono, Kartini, 1990. *Psykologi Anak (Psykologi Perkembangan)*, Penerbit CV Maju Makmur, Bandung.
- , 1997, *Psykologi Wanita*, Penerbit Alumni, Bandung.
- Surjanti, Jun. 2000. *Analisis Beberapa Karakteristik Produk yang mempengaruhi frekuensi pembelian Bordir Hasil Sentral Industri Kecil di Kabupaten Sidoarjo Propinsi Jawa Timur*. Surabaya
- Surjanti, Jun. 2003. *Analisis Beberapa Motif Pembelian Berdasarkan Karakteristik Produk Bordir Hasil Sentral Industri Kecil (SIK) Sidoarjo Pada Sementasi Wanita*. Malang : Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM) Edisi April 06. (Terakreditasi)