

BAB V

PEMBAHASAN

1.1 Metode Partisipatori

5.1.1 Seleksi Konsep

Peneliti membuat 10 desain blangkon dan kemasan blangkon lalu dipilih oleh para expert desain mana yang nantinya dapat menjadi bahan pertimbangan untuk konsumen memilih satu dari tiga desain terpilih. Desain yang dibuat berdasarkan *voice of customer* untuk produk blangkon yaitu bahan eksklusif, keunikan blangkon, ukuran blangkon, warna blangkon, keawetan blangkon, kenyamanan penggunaan blangkon, motif blangkon, harga, dan model blangkon. Sedangkan untuk kemasan blangkon yaitu bahan kemasan, logo, warna kemasan, motif kemasan, kenyamanan, bentuk kemasan, dan informasi pada kemasan. Proses selanjutnya yaitu penyaringan desain untuk produk blangkon berdasarkan kriteria kualitas bahan, mempunyai skala ukuran kepala, pemilihan warna, tahan lama, ketentuan bahan, kebersihan, desain ukuran, pemilihan motif, murah, dan desain bentuk. Sedangkan untuk produk kemasan blangkon yaitu kualitas bahan, berat kemasan, unik, pemilihan warna, pemilihan motif, siap digunakan, praktis, kelengkapan informasi, dan desain tatanan informasi. Didapat 3 konsep yang terpilih yaitu untuk produk blangkon yaitu konsep 3, 6, dan 8 (Konsep A, B, dan C). Sedangkan untuk produk kemasan blangkon terpilih yaitu konsep 2, 5, dan 8 (Konsep A, B, dan C). Konsep A produk blangkon berbahan dasar katun jepang, berwarna hitam, dengan motif batik warna coklat emas, dengan ukuran blangkon 53, memiliki keunikan tulisan jawa berwarna emas pada bagian atas depan dan belakang, dan dapat dilipat. Konsep B produk blangkon menggunakan bahan katun jepang, berwarna hitam dengan motif batik corak merah, dengan ukuran blangkon 53, mempunyai keunikan tulisan jawa di bagian depan atas dan terdapat aksesoris rantai kecil, tahan lebih dari 1 tahun dan dapat dilipat. Konsep C produk blangkon menggunakan bahan katun jepang, berwarna coklat keemasan dengan motif batik coklat, ukuran blangkon 53, mempunyai keunikan tulisan jawa di bagian samping kanan kiri dan dapat menyala pada malam hari (*glow*

in the dark), tahan lebih dari 1 tahun dan dapat dilipat. Konsep A produk kemasan blangkon berbahan dasar karton dengan tebal 1mm dengan berat 30gram, kemasan berbentuk kotak persegi panjang, cara membuka kotak dengan ditarik, kemasan bermotif parang rusak berwarna coklat putih, terdapat logo dan *contact person* pengrajin, pada bagian samping terdapat *size chart* dari blangkon itu sendiri. Konsep B berbahan karton tebal 1mm dengan berat 30 gram, kemasan berbentuk kotak persegi panjang, cara membuka kotak dengan dibuka keatas, kemasan bermotif parang rusak berwarna biru tua dan biru muda, terdapat logo dan *contact person* pengrajin, pada bagian samping terdapat *size chart* dari blangkon itu sendiri. Konsep C berbahan karton tebal 1mm dengan berat 30 gram, kemasan berbentuk kotak persegi panjang, cara membuka kotak dengan membuka bagian atas, kemasan bermotif batik jogja berwarna coklat, terdapat logo dan *contact person* pengrajin bagian depan, pada bagian samping terdapat *size chart* dari blangkon itu sendiri.

5.1.2 Penilaian Konsep

Penilaian dilakukan dengan cara *scoring*, untuk produk blangkon kriteria bahan eksklusif memiliki bobot 0,05; size chart memiliki bobot 0,2; warna blangkon memiliki bobot 0,1; keawetan memiliki bobot 0,2; kenyamanan blangkon memiliki bobot 0,2; motif blangkon memiliki bobot 0,1; harga memiliki bobot 0,05; dan model blangkon memiliki bobot 0,1. Sedangkan untuk kriteria produk kemasan blangkon bahan kemasan memiliki bobot 0,1; logo memiliki bobot 0,15; warna kemasan memiliki bobot 0,2; motif kemasan memiliki bobot 0,2; kenyamanan penggunaan kemasan memiliki bobot 0,15; bentuk kemasan memiliki bobot 0,1; dan informasi pada kemasan memiliki bobot 0,1. Setelah dilakukan perhitungan didapat total skor bobot produk blangkon konsep A sebesar 4,09; konsep B sebesar 3,79; dan konsep C sebesar 4,15. Sedangkan total skor bobot produk kemasan blangkon konsep A sebesar 4,24; konsep B sebesar 3,81; dan konsep C 3,77. Nilai total skor tertinggi adalah konsep yang terpilih, untuk konsep produk blangkon terpilih yaitu konsep C dengan nilai total skor sebesar 4,15 sedangkan untuk produk kemasan blangkon terpilih yaitu konsep A dengan nilai total skor sebesar 4,24.

5.1.3 Desain Produk Terpilih

Desain blangkon terpilih berbahan katun jepang, dengan bercorak batik jogja, blangkon ini termasuk unik karena pada bagian samping kanan dan kiri blangkon terdapat tulisan aksara jawa yang dapat *glow in the dark*. Disamping itu desain produk blangkon terpilih nyaman digunakan, hal ini ditunjukkan dengan nilai tertinggi dibandingkan dengan desain lainnya. Desain blangkon ini memiliki warna dasar coklat dengan dipadu dengan batik dan dapat dilipat. Ukuran blangkon ini adalah 58. Sedangkan untuk produk kemasan blangkon Desain produk kemasan blangkon terpilih ini termasuk desain yang unik karena memiliki bentuk yang tidak seperti kebanyakan kemasan pada umumnya. Kemasan blangkon terpilih ini bermotif batik jogja dengan warna coklat dan putih. Bahan yang digunakan yaitu karton dengan tebal 1mm. Ukuran kemasan blangkon ini yaitu tinggi 35cm, lebar 7cm, dan panjang 13cm.

1.2 Uji Validitas

Menyatakan bahwa validitas tes pada dasarnya menunjuk kepada derajat fungsi pengukurannya suatu tes, atau derajat kecermatan ukurnya sesuatu tes menurut Suryabrata (2000). Uji validitas ini menunjukkan seberapa jauh suatu tes mampu mengungkapkan dengan tepat keandalan yang sesungguhnya dari obyek ukur. Suatu atribut dikatakan valid jika nilai Sig. (2-tailed) < 0.05. Jika hasil menunjukkan tidak valid, artinya atribut yang diberikan belum sesuai dengan harapan konsumen. Nilai r tabel didapat dengan menggunakan nilai alpha sebesar 0,05 dan jumlah (n) dikurangi 2 yaitu 70.

Nilai Sig. (2-tailed) untuk perhitungan uji validitas produk blangkon pada atribut Bahan eksklusif sebesar 0.001, size blangkon sebesar 0.000, warna blangkon sebesar 0.000, awet sebesar 0.001, kenyamanan sebesar 0.000, motif blangkon sebesar 0.000, harga sebesar 0.000, dan model blangkon sebesar 0.000. Sedangkan untuk produk kemasan blangkon untuk atribut bahan kemasan sebesar 0.000, logo sebesar 0.000, warna kemasan sebesar 0.000, motif kemasan sebesar 0.000, motif kemasan sebesar 0.000, kenyamanan penggunaan kemasan sebesar 0.000, bentuk kemasan sebesar 0.000, dan informasi yang tertera pada kemasan sebesar 0.000.

Dari hasil perhitungan menggunakan aplikasi SPSS dapat dilihat bahwa seluruh atribut dinyatakan valid.

1.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukur tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Teknik yang digunakan untuk mengukur reliabilitas yaitu teknik *alpha cronbach*. Teknik ini dilakukan untuk menentukan apakah suatu penelitian tersebut reliable atau tidak bila jawaban yang diberikan kepada responden berbentuk skala. Skala yang digunakan yaitu 1 sampai 5, semakin besar nilai angka dalam penilaian maka semakin baik. Hasil perhitungan uji reliabilitas untuk produk blangkon yaitu 0.556 dan untuk kemasan blangkon yaitu 0.447. Maka nilai dinyatakan reliabel karena memiliki nilai lebih dari 0.4.

1.4 Analisis *Quality Fuction Deployment*

1.4.1 Identifikasi Kebutuhan Konsumen

Berdasarkan pengumpulan dan pengolahan data didapat 8 atribut kebutuhan konsummen untuk produk blangkon yaitu bahan eksklusif, size blangkon, warna blangkon, awet, kenyamanan blangkon, motif blangkon, harga, dan model blangkon. Sedangkan terdapat 7 atribut untuk produk kemasan blangkon yaitu bahan kemasan, logo, warna kemasan, motif kemasan, kenyamanan penggunaan kemasan, bentuk kemasan, dan informasi pada kemasan. Atribut yang sudah didapat tersebut dipilih dari *voice of customer* sedangkan pada tahap desain menggunakan *quality fuction deployment*. Setelah mendapatkan atribut yang diperlukan dalam pembuatan desain baru blangkon dan kemasan blangkon dilakukan penilaian tingkat kepentingan untuk setiap atribut berdasarkan pendapat konsumen.

Important Rating merupakan penilaian tingkat kepentingan yang diberikan oleh konsumen untuk memposisikan setiap keinginan dan kebutuhan konsumen dalam bentuk kuantitatif, dengan tujuan untuk memprioritaskan kebutuhan konsumen. Data didapat dengan menyebar kuesioner 2 yaitu berdasarkan tingkat kepentingan setiap atribut menurut konsumen. Penyebaran kuesioner 2 diberikan kepada 72

responden. Skala yang digunakan yaitu 1 sampai 5 dengan keterangan sebagai berikut:

- 1) 1 = Tidak Penting
- 2) 2 = Kurang Penting
- 3) 3 = Cukup Penting
- 4) 4 = Penting
- 5) 5 = Sangat Penting

Skala 1 sampai 5 tersebut bertujuan untuk mengetahui tingkat kepentingan pada setiap atribut sesuai dengan pendapat konsumen. Hasil perhitungan *important Rating* pada produk blangkon menunjukkan bahwa atribut kenyamanan blangkon memiliki nilai tertinggi yaitu sebesar 4,61. Urutan selanjutnya yaitu awet sebesar 4,57, size blangkon sebesar 4,25, motif blangkon sebesar 4,17, warna blangkon sebesar 4,17, model blangkon sebesar 4,09, harga sebesar 4,05, dan bahan eksklusif sebesar 3,87. Sedangkan untuk produk kemasan blangkon menunjukkan bahwa atribut motif kemasan memiliki nilai tertinggi yaitu sebesar 4,26. Untuk selanjutnya yaitu warna kemasan sebesar 4,22, kenyamanan penggunaan sebesar 4,15, logo sebesar 3,97, informasi pada kemasan sebesar 3,91, bentuk kemasan sebesar 3,83, dan bahan kemasan sebesar 3,82.

1.4.2 Karakteristik Teknis (*Technical Requirement*)

Setelah mendapatkan atribut keinginan konsumen berdasarkan *voice of customer* (VOC) maka harus diterjemahkan kedalam kebutuhan teknis (*technical requirements*). Berikut penjelasan mengenai kebutuhan teknis produk blangkon sebagai berikut:

1. Bahan Eklusif

Untuk dapat mencapai tujuan bahan eksklusif, maka target yang diberikan yaitu memilih kualitas bahan yang benar-benar baik dari segi kelenturan, dan memiliki serat yang baik seperti mori primisima.

2. Size Blangkon

Untuk dapat mencapai tujuan size blangkon, maka target yang diberikan yaitu mempunyai skala ukuran kepala. Dengan memberikan skala ukuran kepala maka setiap orang dapat mencocokkan blangkon dengan ukuran kepalanya.

3. Warna Blangkon

Untuk dapat mencapai tujuan warna blangkon, maka target yang diberikan yaitu cara pemilihan warna. Pewarnaan blangkon dilakukan dengan mencampurkan beberapa warna untuk mendapatkan warna yang diinginkan. Tidak melulu warna coklat tua, hijau tua, merah, dan juga hitam. Namun perlu juga warna-warna lain.

4. Awet

Untuk dapat mencapai tujuan awet maka target yang diberikan yaitu tahan lama dengan membuat blangkon yang tidak dilapisi dengan kertas di dalamnya dan dijahit. Sehingga jika 10 tahun mendatang konsumen ingin mencuci dan memberikan warna dapat dilakukan dengan melepas jahitan. Tidak dilapisi dengan kertas akan membuat blangkon lebih awet karena pada saat terkena hujan blangkon akan tetap sesuai dengan bentuknya.

5. Kenyamanan

Untuk mencapai tujuan kenyamanan blangkon maka target yang dilakukan yaitu kebersihan dari blangkon itu sendiri dan desain ukuran. Melakukan perawatan blangkon dengan mencuci dan memberikan warna setelah 10 tahun akan memberikan kesan bersih pada blangkon. Memberikan desain ukuran yang pas pada setiap skala ukuran yang sudah ditentukan akan membuat konsumen lebih nyaman dalam menggunakan blangkon.

6. Motif Blangkon

Untuk mencapai tujuan motif kemasan maka target yang dilakukan yaitu pemilihan motif yang tidak pasaran. Motif batik di Indonesia amatlah banyak, akan lebih menarik jika motif batik tersebut dapat diaplikasikan dalam pembuatan blangkon. Sehingga motif-motif blangkon bertambah macamnya.

7. Harga

Untuk mencapai tujuan harga blangkon maka target yang dilakukan yaitu murah. Dengan mempertimbangkan perhitungan bahan-bahan pembuatan dan jasa pembuatan.

8. Model Blangkon

Untuk mencapai tujuan model blangkon maka target yang dilakukan yaitu desain bentuk. Desain bentuk blangkon baru didesain sesuai dengan

keinginan konsumen. Tetap memberikan pentolan dan lipatan-lipatan pada blangkon membuat blangkon terlihat lebih elegan dan berkarisma.

Sedangkan penjelasan mengenai kebutuhan teknis kemasan blangkon dijelaskan sebagai berikut:

1. Bahan Kemasan

Untuk mencapai tujuan bahan kemasan maka target yang dilakukan yaitu kualitas bahan yang baik dan berat kemasan. Kualitas bahan yang digunakan dalam kemasan blangkon yaitu karton yang kuat dan tidak terlalu tebal. Sedangkan berat kemasan ditentukan dari tebalnya karton maka ditentukan karton yang digunakan dengan tebal 0,5mm sehingga kemasan menjadi tidak berat pada saat digunakan.

2. Logo

Untuk mencapai tujuan logo yaitu dilakukan target membuat logo yang unik. Logo yang diberikan yaitu memuat gambar blangkon, nama, dan *contact person* pembuat blangkon.

3. Warna Kemasan

Untuk mencapai tujuan warna kemasan maka dilakukan target pemilihan warna yang sesuai dengan keinginan konsumen yaitu warna-warna dasar seperti coklat, putih, atau hitam.

4. Motif Kemasan

Untuk mencapai tujuan motif kemasan maka dilakukan target pemilihan motif yang menarik. Pada pengembangan kemasan blangkon ini motif parang merupakan pilihan terbanyak responden.

5. Kenyamanan Penggunaan Kemasan

Untuk mencapai tujuan kenyamanan penggunaan kemasan maka dilakukan target *handy* dan praktis pada kemasan blangkon. *Handy* yang dimaksud disini adalah mudah dipakai dengan mengaplikasikan tali pada kemasan akan membuat konsumen lebih mudah menggunakan kemasan. Desain yang diaplikasikan oleh peneliti yaitu blangkon dapat dengan mudah langsung dimasukkan kedalam kemasan yang membuat kemasan blangkon menjadi terlihat praktis.

6. Bentuk Kemasan

Untuk mencapai tujuan bentuk kemasan maka dilakukan target desain bentuk yang menarik. Bentuk kemasan dibuat memanjang ke bawah dengan ukuran panjang 13cm, lebar 7cm, dan tinggi 30cm.

7. Informasi pada Kemasan

Untuk mencapai tujuan informasi pada kemasan maka dilakukan target kelengkapan informasi dan desain tatanan informasi yang baik. Pada kemasan tercantum *chart size*, logo, dan *contact person* dengan logo dan *contact person* berada di tengah depan kemasan dan *chart size* berada disamping sebelah kanan kemasan.

1.4.3 Target Spesifikasi

Setelah menentukan karakteristik teknis kemudian menentukan target spesifikasi. Berikut merupakan penjelasan mengenai target spesifikasi dari masing-masing *technical requirements* untuk produk blangkon:

1. Kualitas bahan

Bahan yang digunakan untuk membuat blangkon yaitu kain mori paling bagus yaitu mori primisima. Dibandingkan kain mori yang lain, kain mori primisima ini adalah yang paling halus.

2. Mempunyai skala ukuran kepala

Skala ukuran kepala yang digunakan yaitu ukuran 50 sampai 62. Setiap ukurannya memiliki diameter besar kepala yang berbeda-beda.

3. Pemilihan warna

Warna yang digunakan yaitu warna gold. Untuk mendapatkan warna gold peneliti mencampurkan warna putih, kuning, dan coklat tua dalam pewarnaan kainnya.

4. Tahan lama

Blangkon yang dijahit dan tidak menggunakan kertas di dalam blangkonnya akan lebih awet hingga lebih dari 10 tahun.

5. Kelenturan bahan

Blangkon dibuat lentur sehingga dapat dilipat dan tidak menekan kepala pada saat penggunaannya.

6. Kebersihan

Sebelum blangkon dibuat kain yang sudah ada dicuci terlebih dahulu sehingga pada saat membuat lipatan-lipatan dapat lebih mudah dan blangkon terlihat lebih bersih.

7. Desain ukuran

Blangkon yang sudah jadi dilengkapi dengan label ukuran yang menunjukkan ukuran blangkon itu sendiri.

8. Pemilihan motif

Motif yang digunakan yaitu motif Jogja sesuai dengan pilihan kebanyakan konsumen.

9. Murah

Harga blangkon menyesuaikan dengan harga produksi dan keuntungan yang diinginkan oleh si pembuat blangkon (jasa membuat).

10. Desain bentuk

Desain bentuk blangkon yang baru yaitu perpaduan antara blangkon tradisional dengan blangkon modern.

Berikut merupakan penjelasan mengenai target spesifikasi dari masing-masing *technical requirements* untuk produk kemasan blangkon:

1. Kualitas bahan

Bahan yang digunakan yaitu karton dengan tebal 0,5mm sehingga kemasan tidak terlalu tebal.

2. Berat kemasan

Berat kemasan yaitu 65 gram sehingga tidak terlalu berat untuk dibawa kemana-mana.

3. Unik

Kemasan yang unik dibuat dengan gambar blangkon pada logo dan terdapat merek. Kemasan dibuat dengan bentuk yang berbeda dari kemasan biasanya dan memiliki motif pada seluruh bagiannya.

4. Pemilihan warna

Warna yang digunakan dalam kemasan blangkon ini yaitu warna netral seperti coklat tua, hitam, dan putih.

5. Siap digunakan (*Handy*)

Kemasan dibuat *handy* dengan memberikan tali untuk membawa kemasan sehingga konsumen akan lebih nyaman dalam membawa kemasan.

6. Praktis

Untuk memasukkan blangkon kedalam kemasan blangkon hanya dibutuhkan 1 pintu masuk dan blangkonpun aman dan sangat praktis untuk dibawa.

7. Desain bentuk

Kemasan blangkon berbentuk memanjang kebawah dengan desain penutup berbentuk trapesium. Memiliki panjang 13cm, lebar 7cm, dan tinggi 30cm.

8. Kelengkapan informasi

Informasi yang tertera pada kemasan yaitu mencakup logo, *chart size*, *contact person*, dan juga filosofi blangkon.

9. Desain tatanan informasi

Desain informasi yang digunakan pada kemasan yaitu logo dan *contact person* pada tengah bagian depan kemasan, *chart size* pada kanan kemasan, dan filosofi blangkon terletak pada belakang kemasan.

1.4.4 Customer Competitive Evaluation (CCE)

Berdasarkan pengumpulan data dan perhitungan data, untuk produk blangkon diperoleh hasil bahwa atribut bahan eksklusif memiliki nilai CCE sebesar 4,28 untuk produk blangkon baru (produk A) dan 3,42 untuk produk blangkon yang sudah ada (produk B). Atribut size blangkon memiliki nilai CCE sebesar 3,93 untuk produk A dan 3,63 untuk produk B. Atribut warna blangkon memiliki nilai CCE sebesar 4,06 untuk produk A dan 3,50 untuk produk B. Atribut awet memiliki nilai CCE sebesar 4,28 untuk produk A dan 3,04 untuk produk B. Atribut kenyamanan blangkon memiliki nilai CCE sebesar 4,24 untuk produk A dan 3,26 untuk produk B. Atribut motif blangkon memiliki nilai CCE sebesar 4,21 untuk produk A dan 3,5 untuk produk B. Atribut harga memiliki nilai CCE sebesar 3,67 untuk produk A dan 3,29 untuk produk B. Atribut model blangkon memiliki nilai CCE sebesar 4,03 untuk produk A dan 3,29 untuk produk B. Kedelapan atribut pada produk A sudah memiliki nilai CCE lebih besar dari produk B.

Sedangkan untuk produk kemasan blangkon diperoleh hasil bahwa atribut bahan kemasan memiliki nilai CCE sebesar 4,01 untuk produk kemasan blangkon baru (produk A) dan 2,85 untuk produk kemasan blangkon yang sudah ada (produk B). Atribut logo memiliki nilai CCE sebesar 3,97 untuk produk A dan 3,42 untuk produk B. Atribut warna kemasan memiliki nilai CCE sebesar 3,93 untuk produk A dan 3,17 untuk produk B. Atribut motif kemasan memiliki nilai CCE sebesar 3,92 untuk produk A dan 2,97 untuk produk B. Atribut kenyamanan penggunaan kemasan memiliki nilai CCE sebesar 3,96 untuk produk A dan 2,89 untuk produk B. Atribut bentuk kemasan memiliki nilai CCE sebesar 3,9 untuk produk A dan 2,78 untuk produk B. Atribut informasi pada kemasan mengenai produk memiliki nilai CCE sebesar 4,14 untuk produk A dan 3,44 untuk produk B. Ketujuh atribut pada produk A sudah memiliki nilai CCE lebih besar dari produk B.

1.4.5 *House Of Quality*

Untuk menyusun *House Of Quality* maka dibutuhkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner 1 sampai 4 secara bertahap. Setelah sudah terkumpul seluruh data maka langkah selanjutnya membuat matrik *House Of Quality*. Lalu menentukan karakteristik teknis dari masing-masing atribut kebutuhan konsumen. Berikut merupakan penjelasan dari setiap bagian pada matrik *House Of Quality* produk blangkon:

1. Analisis hubungan setiap atribut

Pada tahap ini yaitu menghubungkan setiap kebutuhan konsumen dengan karakteristik teknis berdasarkan tingkat kekuatan hubungan keduanya. Dalam pengisian matrik terdapat 3 simbol yaitu \triangle bernilai 1 untuk hubungan lemah, simbol \circ bernilai 3 untuk hubungan sedang, dan simbol \bullet bernilai 9 untuk hubungan sangat kuat. Penjelasan matrik hubungan antara kebutuhan konsumen dengan karakteristik teknis untuk produk blangkon sebagai berikut:

a. Bahan eksklusif dengan kualitas bahan

Keduanya memiliki hubungan yang sangat kuat (9) karena semakin baik kualitas bahan maka bahan tersebut dapat dikatakan eksklusif.

- b. Bahan eksklusif dengan tahan lama
Keduanya memiliki hubungan yang sangat kuat (9) karena bahan eksklusif lebih tahan lama dari pada bahan yang buruk. Tahan lamanya suatu bahan juga sangat dipengaruhi oleh kualitas bahan. Semakin eksklusif suatu bahan maka semakin baik.
- c. Bahan eksklusif dengan kelenturan bahan
Keduanya memiliki hubungan yang sangat kuat (9) karena bahan eksklusif pasti tidak kaku dan lebih lentur.
- d. Size blangkon dengan mempunyai skala ukuran kepala
Keduanya memiliki hubungan yang sangat kuat (9) karena skala ukuran kepala dibuat untuk menunjang adanya atribut size blangkon.
- e. Size blangkon dengan desain ukuran
Keduanya memiliki hubungan yang kuat (9) karena desain ukuran dibuat untuk memenuhi adanya size chart. Namun desain ukuran dibuat sesuai dengan chart size blangkon yang sudah ditentukan.
- f. Warna blangkon dengan pemilihan warna
Keduanya memiliki hubungan yang sangat kuat (9) karena pemilihan warna sangat berpengaruh dengan hasil akhir warna blangkon.
- g. Awet dengan kualitas bahan
Keduanya memiliki hubungan yang sedang (3) karena bahan dengan kualitas bahan yang baik akan lebih tahan lama dari pada bahan yang buruk
- h. Awet dengan tahan lama
Keduanya memiliki hubungan yang kuat (9) karena awet dengan tahan lama memiliki tujuan yang sama yaitu agar suatu barang dapat digunakan untuk jangka waktu yang lama.
- i. Awet dengan kebersihan
Keduanya memiliki hubungan yang sedang (3) karena kebersihan dari blangkon tidak begitu berpengaruh dengan keawetan dari blangkon itu sendiri.
- j. Kenyamanan blangkon dengan kualitas bahan
Keduanya memiliki hubungan yang sedang (3) karena kualitas bahan tidak begitu berpengaruh dengan kenyamanan blangkon.

- k. Kenyamanan blangkon dengan mempunyai skala ukuran kepala
Keduanya memiliki hubungan yang sedang (3) karena mempunyai skala ukuran kepala tidak berpengaruh secara langsung terhadap kenyamanan blangkon.
- l. Kenyamanan blangkon dengan kelenturan bahan
Keduanya memiliki hubungan yang sedang (3) karena kelenturan bahan tidak berpengaruh secara langsung terhadap kenyamanan blangkon.
- m. Kenyamanan blangkon dengan kebersihan
Keduanya memiliki hubungan yang kuat (9) karena kebersihan sangat berpengaruh terhadap kenyamanan penggunaan blangkon. Jika blangkon kotor sangat jelas konsumen akan merasa tidak nyaman.
- n. Kenyamanan blangkon dengan desain bentuk
Keduanya memiliki hubungan sedang (3) karena harga murah tidak berpengaruh secara langsung terhadap kenyamanan. Blangkon yang murah terkadang lebih keras dari pada blangkon yang mahal.
- o. Kenyamanan blangkon dengan desain bentuk
Keduanya memiliki hubungan yang sedang (3) karena desain bentuk tidak berpengaruh secara langsung terhadap kenyamanan penggunaan blangkon.
- p. Motif dengan tahan lama
Keduanya memiliki hubungan yang sedang (3) karena motif yang dibuat dengan cetakan dengan yang ditulis asli akan berbeda keawetannya. Keawetan tidak berpengaruh secara langsung terhadap motif.
- q. Motif dengan pemilihan motif
Keduanya memiliki hubungan yang kuat (9) karena pemilihan motif sangat berpengaruh terhadap motif blangkon. Semakin langka motif yang digunakan maka blangkon semakin unik dan bagus.
- r. Harga dengan kualitas bahan
Keduanya memiliki hubungan yang kuat (9) karena untuk mendapatkan bahan dengan kualitas yang baik dibutuhkan pengeluaran yang lebih banyak
- s. Harga dengan pemilihan motif
Keduanya memiliki hubungan yang sedang (3) karena pemilihan motif hanya tidak berpengaruh secara langsung terhadap harga. Motif yang bagus terkadang masih dijual dengan harga yang murah.

- t. Harga dengan murah
Keduanya memiliki hubungan yang kuat (9) karena harga yang murah akan menarik banyak konsumen.
- u. Model blangkon dengan pemilihan warna
Keduanya memiliki hubungan yang sedang (3) karena model blangkon tidak berpengaruh secara langsung dengan pemilihan warna. Pemilihan warna yang baik akan menambah nilai estetika dari model blangkon.
- v. Model blangkon dengan murah
Keduanya memiliki hubungan yang sedang (3) karena harga murah sangat tidak begitu berpengaruh terhadap model blangkon. Semakin sulit model blangkon yang akan dibuat maka semakin mahal harganya dan juga sebaliknya.
- w. Model blangkon dengan desain bentuk
Keduanya memiliki hubungan yang kuat (9) karena desain bentuk sangat berpengaruh terhadap model blangkon. Model blangkon akan terus mengikuti jaman maka dari itu desain bentuk blangkon penting dalam perkembangan model blangkon.

Berikut merupakan penjelasan matrik hubungan antara kebutuhan konsumen dengan karakteristik teknis untuk produk kemasan blangkon sebagai berikut:

- a. Motif kemasan dengan Unik
Keduanya memiliki hubungan yang sedang (3) karena keunikan motif tidak banyak berpengaruh dengan motif kemasan yang diinginkan.
- b. Motif kemasan dengan pemilihan motif
Keduanya memiliki hubungan yang sangat kuat (9) karena pemilihan motif yang bagus sangat berpengaruh terhadap motif kemasan. Pemilihan motif kemasan disesuaikan dengan produk yang dijual.
- c. Warna kemasan dengan pemilihan warna
Keduanya memiliki hubungan yang sangat kuat (9) karena pemilihan warna sangat berpengaruh terhadap warna kemasan. Pemilihan warna yang baik akan membuat kemasan enak dipandang.

- d. Kenyamanan penggunaan dengan kualitas bahan
Keduanya memiliki hubungan yang sedang (3) karena kualitas bahan tidak berpengaruh secara langsung terhadap kenyamanan penggunaan. Kualitas bahan bukan faktor utama kenyamanan penggunaan kemasan.
- e. Kenyamanan penggunaan dengan siap digunakan
Keduanya memiliki hubungan yang sedang (3) karena siap digunakan tidak berpengaruh secara langsung terhadap kenyamanan penggunaan.
- f. Kenyamanan penggunaan dengan praktis
Keduanya memiliki hubungan yang sedang (3) karena praktis tidak berpengaruh secara langsung terhadap kenyamanan penggunaan.
- g. Logo dengan kelengkapan informasi
Keduanya memiliki hubungan yang sedang (3) karena kelengkapan informasi tidak berpengaruh secara langsung terhadap logo. Logo yang baik memuat simbol produk dan merek produk.
- h. Logo dengan desain tatanan informasi
Keduanya memiliki hubungan yang sedang (3) karena tatanan informasi tidak berpengaruh secara langsung terhadap logo. Logo diletakkan pada bagian tengah depan pada kemasan.
- i. Informasi pada kemasan dengan kelengkapan informasi
Keduanya memiliki hubungan yang sangat kuat (9) karena kelengkapan informasi sangat berpengaruh terhadap informasi pada kemasan. Semakin lengkap informasi yang disediakan maka kemasan semakin baik. Informasi yang diberikan pada kemasan blangkon yaitu logo, *contact person*, size chart, dan filosofi blangkon.
- j. Informasi pada kemasan dengan desain tatanan informasi
Keduanya memiliki hubungan yang sangat kuat (9) karena desain tatanan informasi sangat berpengaruh dengan informasi pada kemasan. Desain yang baik akan memberikan nilai positif kepada konsumen.
- k. Bentuk kemasan dengan unik
Keduanya memiliki hubungan yang sangat kuat (9) karena keunikan kemasan sangat berpengaruh terhadap bentuk kemasan. Bentuk kemasan yang unik akan membuat pelanggan senang dan terlihat lebih baik.

- l. Bentuk kemasan dengan siap digunakan
Keduanya memiliki hubungan yang sangat kuat (9) karena kemasan yang siap digunakan sangat berpengaruh terhadap bentuk kemasan.
- m. Bentuk kemasan dengan praktis
Keduanya memiliki hubungan yang sangat kuat (9) karena kemasan yang praktis sangat berpengaruh dengan bentuk kemasan. Bentuk kemasan didesain dengan hanya menggunakan 1 sampai 2 tahap dalam penggunaannya.
- n. Bahan kemasan dengan kualitas bahan
Keduanya memiliki hubungan yang sangat kuat (9) karena kualitas bahan sangat berpengaruh terhadap bahan kemasan. Kualitas bahan yang baik akan memberikan kesan yang baik untuk konsumen.
- o. Bahan kemasan dengan berat kemasan
Keduanya memiliki hubungan yang sangat kuat (9) karena berat kemasan sangat berpengaruh terhadap bahan kemasan. Bahan kemasan yang terlalu tebal akan mempengaruhi kenyamanan konsumen.

2. Analisis hubungan *technical Requirement*

Terdapat beberapa simbol yang digunakan untuk menentukan hubungan antar karakteristik teknis yaitu ○ dan ⊗ . Simbol lingkaran berarti memiliki korelasi positif dan simbol silang berarti memiliki korelasi negatif. Penjelasan mengenai hubungan antar karakteristik teknis pada produk blangkon dijelaskan sebagai berikut:

- a. Kualitas bahan memiliki hubungan yang saling mendukung (korelasi positif) dengan blangkon tahan lama. Hal tersebut karena untuk mendapatkan blangkon yang tahan lama diperlukan kualitas bahan yang baik.
- b. Kualitas bahan memiliki hubungan yang saling mendukung (korelasi positif) dengan ketentuan bahan. Hal tersebut karena bahan yang lentur memiliki kualitas yang baik dari pada bahan yang kaku.
- c. Mempunyai skala ukuran kepala memiliki hubungan yang saling mendukung (korelasi positif) dengan desain ukuran. Hal tersebut karena desain ukuran yang baik harus mempunyai skala ukuran kepala. Sehingga konsumen dapat menyesuaikan ukuran mana yang cocok untuk mereka.

- d. Kualitas bahan memiliki hubungan yang saling mendukung (korelasi positif) dengan murah. Harga bahan dipasaran menyesuaikan dengan kualitas bahan yang diberikan.

Sedangkan penjelasan mengenai hubungan antar karakteristik teknis pada produk kemasan blangkon dijelaskan sebagai berikut:

- a. Siap digunakan memiliki hubungan yang saling mendukung (korelasi positif) dengan praktis. Hal tersebut karena kemasan yang siap digunakan sudah pasti praktis.
- b. Kemasan yang unik memiliki hubungan yang saling mendukung (korelasi positif) dengan pemilihan motif. Hal tersebut karena keunikan kemasan dipengaruhi oleh motif. Setiap kemasan bermotif mempunyai keindahannya masing-masing.
- c. Pemilihan warna memiliki hubungan yang saling mendukung (korelasi positif) dengan pemilihan warna. Hal tersebut karena pemilihan warna harus sesuai dengan motif yang dipilih pula.
- d. Kelengkapan informasi memiliki hubungan yang saling mendukung (korelasi positif) dengan desain tatanan informasi. Hal tersebut karena informasi yang ada pada kemasan harus diletakkan dengan baik sehingga kemasan dapat lebih indah dipandang.

3. Analisis *direction improvement* dari karakteristik teknis

Tanda panah keatas pada karakteristik teknis nomor 1,5,6,8 dan 10 pada *House Of Quality* produk blangkon dan pada karakteristik teknis nomor 3,4,5,7, dan 8 pada *House Of Quality* produk kemasan blangkon memiliki arti bahwa semakin ditingkatkan maka akan semakin baik tidak terbatas. *Direction improvement* ditentukan oleh pihak pengembang atau peneliti.

4. Analisis perhitungan *improvement ratio* dan bobot baris

Tahapan ini merupakan langkah untuk menentukan hasil akhir dari jumlah bobot baris pada perhitungan HOQ. Nilai *improvement ratio* diperoleh dari pembagian nilai *goal* dengan nilai CCE. Nilai *improvement ratio* pada produk blangkon untuk atribut bahan eksklusif sebesar 1,005, untuk size blangkon sebesar 1,043, untuk warna blangkon sebesar 1,011, untuk awet sebesar 1,005, untuk kenyamanan blangkon sebesar 1,039, untuk motif blangkon sebesar 1,022, untuk

harga sebesar 1,102, dan untuk model blangkon sebesar 1,043. Sedangkan untuk produk kemasan blangkon pada atribut motif kemasan sebesar 1,046, warna kemasan sebesar 1,032, kenyamanan penggunaan kemasan sebesar 1,043, logo sebesar 1,047, informasi pada kemasan sebesar 1,036, bentuk kemasan sebesar 1,051, dan bahan kemasan sebesar 1,039.

Setelah menghitung nilai *improvement ratio* kemudian dapat dilakukan perhitungan bobot baris. Bobot baris diperoleh dari perkalian antara nilai *improvement ratio*, *sales point*, dan *improvement rating*. Bobot baris untuk produk blangkon atribut bahan eksklusif sebesar 4,668, untuk size blangkon sebesar 4,433, untuk warna blangkon sebesar 4,216, untuk awet sebesar 5,512, untuk kenyamanan blangkon sebesar 5,746, untuk motif blangkon sebesar 4,261, untuk harga sebesar 4,463, dan untuk model blangkon sebesar 5,130. Sedangkan untuk produk kemasan blangkon pada atribut motif kemasan sebesar 5,349, warna kemasan sebesar 4,356, kenyamanan penggunaan kemasan sebesar 4,329, logo sebesar 4,987, informasi pada kemasan sebesar 4,050, bentuk kemasan sebesar 4,828, dan bahan kemasan sebesar 4,762.

5. Analisis pemilihan atribut prioritas

Pemilihan atribut prioritas dilakukan oleh pengembang atau peneliti berdasarkan nilai bobot baris, tujuan yang hendak dicapai dan kemampuan mengembangkan atribut tersebut. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui karakteristik apa saja untuk memperbaiki produk blangkon dan kemasan blangkon. Sehingga atribut yang menjadi prioritas pada produk blangkon adalah bahan eksklusif, awet, kenyamanan blangkon, dan model blangkon. Tindakan yang diberikan untuk atribut bahan eksklusif dan model blangkon adalah A yang artinya meningkatkan kualitas produk, untuk atribut awet dan kenyamanan blangkon adalah B yang artinya mempertahankan kualitas produk dan melakukan inovasi produk secara kontinyu, dan untuk atribut size blangkon, warna blangkon, motif, dan harga adalah C yang artinya mempertahankan kualitas produk.. Sedangkan untuk produk kemasan blangkon tindakan yang diberikan untuk atribut motif kemasan dan bentuk kemasan adalah A yang artinya meningkatkan kualitas produk, untuk atribut logo dan bahan kemasan adalah B yang artinya mempertahankan kualitas produk dan melakukan inovasi produk secara kontinyu, dan untuk atribut warna kemasan, kenyamanan penggunaan, dan

informasi pada kemasan adalah C yang artinya mempertahankan kualitas produk.

1.5 Matrik *Part Deployment*

Langkah berikutnya setelah membuat matrik *House Of Quality* adalah menyusun matrik *part deployment* atau bisa disebut juga rumah kedua. Matrik ini untuk mengidentifikasi desain yang mempengaruhi hasil produk yang dibuat. Tahapan yang perlu dilakukan untuk membuat matrik *part deployment* adalah spesifikasi part, menentukan part kritis, menentukan nilai kepentingan, mengembangkan matrik hubungan antar spesifikasi part dan part kritis, dan menentukan bobot kepentingan.

Berdasarkan ketiga atribut kebutuhan konsumen untuk produk blangkon terpilih yang akan dikembangkan, ditentukan karakteristik teknis yang berhubungan kuat dari masing-masing atribut yaitu kualitas bahan, tahan lama, kelenturan bahan, kebersihan, murah, dan desain bentuk. Dari keenam karakteristik teknis tersebut, karakteristik yang harus diteliti lebih lanjut yaitu kualitas bahan, tahan lama, dan desain bentuk. Sedangkan untuk produk kemasan blangkon karakteristik teknis yang berhubungan kuat dari masing-masing atribut yaitu pemilihan motif, unik, siap digunakan, praktis, kualitas bahan, dan berat kemasan. Dari ketujuh karakteristik teknis tersebut, karakteristik yang harus diteliti lebih lanjut yaitu kualitas bahan, kemasan praktis, dan kelengkapan informasi.

1.6 *Fault Tree Analysis*

Untuk mengidentifikasi part kritis, maka perlu dilakukan *fault tree analysis*. Dalam *fault tree analysis* didapatkan part kritis untuk produk blangkon yaitu rancangan kriteria pemilihan bahan, rancangan konsep kenyamanan kebersihan blangkon, dan rancangan pembuatan desain.

1. Rancangan kriteria pemilihan bahan didapat dari karakteristik teknis kualitas bahan. Kualitas bahan mempunyai nilai *critical part requirements* sebesar 9 karena kualitas bahan merupakan tujuan yang akan dikembangkan. Pemberian nilai tersebut diberikan oleh tim pengembang. Rancangan kriteria pemilihan bahan memiliki nilai bobot kolom sebesar 81.

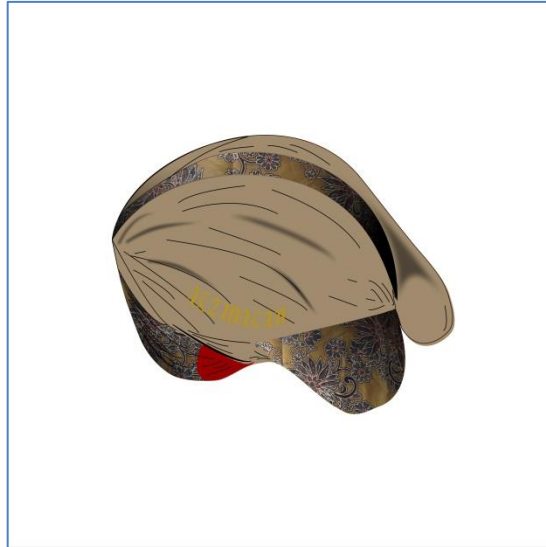
2. Rancangan konsep perawatan blangkon didapat dari karakteristik teknis tahan lama. Kebersihan blangkon memiliki nilai *critical part requirements* sebesar 8. Rancangan konsep perawatan blangkon memiliki nilai bobot kolom sebesar 72.
3. Rancangan desain bentuk didapat dari karakteristik teknis desain bentuk. Desain bentuk memiliki nilai *critical part requirements* sebesar 7. Rancangan desain bentuk memiliki nilai bobot kolom sebesar 63.

Sedangkan part kritis untuk produk kemasan blangkon yaitu rancangan rancangan kriteria pemilihan motif, rancangan pembuatan desain kemasan praktis, dan rancangan pembuatan desain informasi.

1. Rancangan standarisasi kualitas bahan didapat dari karakteristik teknis kualitas bahan. Pemilihan motif memiliki nilai *critical part requirement* sebesar 7. Rancangan standarisasi kualitas bahan memiliki nilai bobot kolom sebesar 63.
2. Rancangan pembuatan desain kemasan praktis didapat dari karakteristik teknis kemasan praktis. Kemasan praktis mempunyai nilai *critical part requirements* sebesar 9 karena kemasan praktis merupakan tujuan yang akan dikembangkan. Pemberian nilai tersebut diberikan oleh tim pengembang. Rancangan pembuatan desain kemasan praktis memiliki nilai bobot kolom sebesar 81.
3. Rancangan pembuatan desain informasi kemasan didapat dari karakteristik teknis kelengkapan informasi kemasan. Kelengkapan informasi kemasan memiliki nilai *critical part requirement* sebesar 8. Rancangan pembuatan desain informasi memiliki nilai bobot kolom sebesar 72.

1.7 Desain Blangkon Baru

Berikut merupakan desain blangkon baru yang sudah disesuaikan dengan keinginan konsumen:



Gambar 5.1 Desain Blangkon Baru

1.8 Desain Kemasan Blangkon Baru

Berikut merupakan desain kemasan blangkon baru yang sudah disesuaikan dengan keinginan konsumen:



Gambar 5.2 Desain Kemasan Blangkon Baru