

PENERAPAN QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) UNTUK MEMENUHI KEPUASAN PELANGGAN CV.TIRTA TAMANBALI – BANGLI

I Ketut Ray Suwana¹, Ida Ayu Mahatma Tuningrat², I Ketut Satriawan²

¹Mahasiswa Jurusan Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, UNUD

²Dosen Jurusan Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, UNUD

Email: raysuwana@gmail.com¹

Email koresponden: dayumahatmatuningrat@unud.ac.id²

ABSTRACT

The aim of this study was to determine the customer satisfaction through Quality Function Deployment (QFD). This was a case study in CV. Tirta Tamanbali that producing drinking water located in Bangli regency. Design used in this research was Quality Function Deployment (QFD). QFD was used in order to gain *voice customer* and building house of quality to determine current product of CV. Tirta Tamanbali. Identification of attribute of customer interest, evaluation of customer satisfaction and customer interest are the purpose of this research. The result showed that attributes of customer interest are no moss, no taste, no smell, purity, hygienic manufacturing process, available in small and large shops, distribution channels reaching the whole Bali, resilience and strength of packaging, environmentally friendly, discounts for purchasing in large quantities, ergonomic packaging, available in various size, customer care, demineralization, oxygen, competitive price, and affordable to all segments of the market. Available in small and large stalls, distribution channels, resilience and strength of packaging did not meet the customer satisfaction.

Keywords: Quality Function Deployment, Customer Satisfaction, and attributes of Customer Importance

PENDAHULUAN

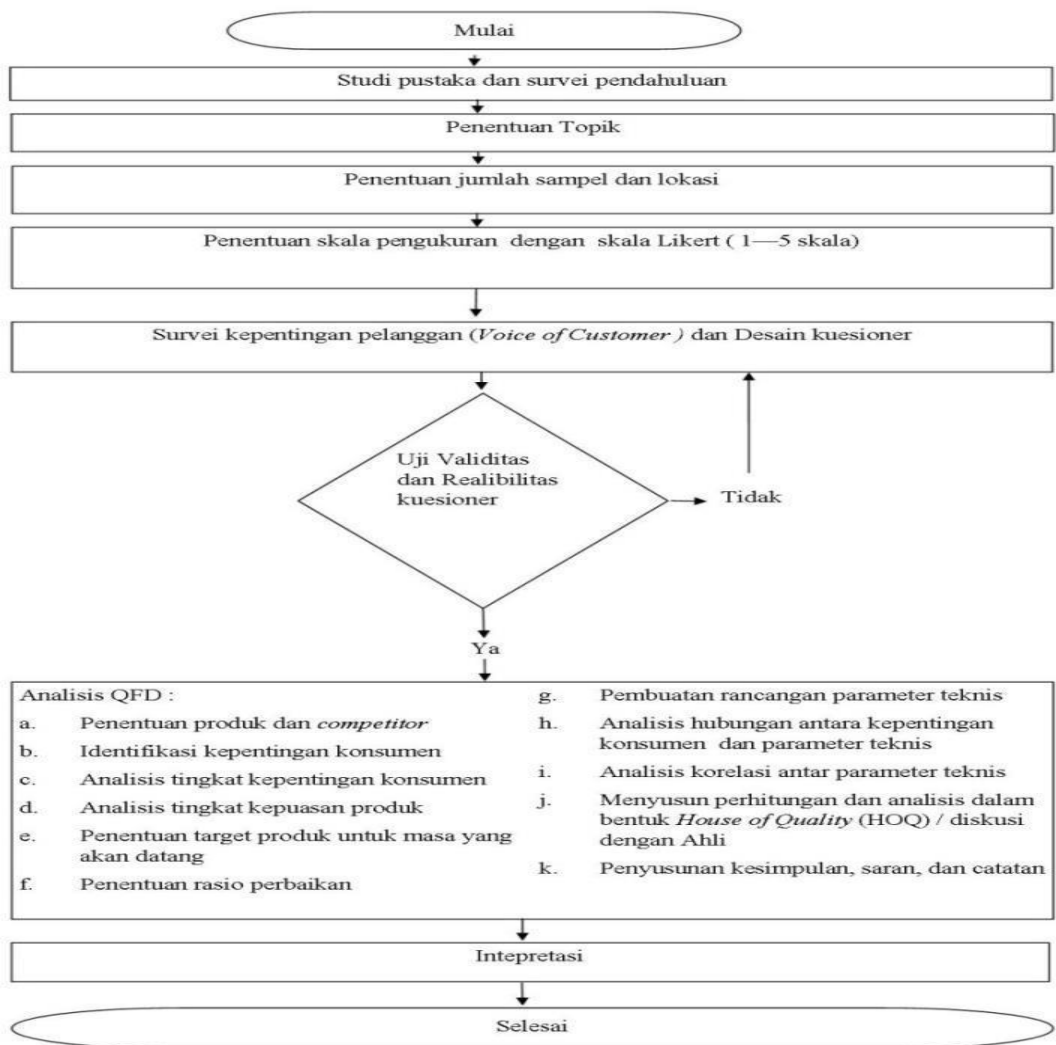
Saat ini di Bali khususnya banyak bermuculan perusahaan-perusahaan penyedia air minum kemasan yang baru. Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) adalah air baku yang telah diproses, dikemas, dan aman diminum mencakup air mineral dan demineral atau air murni (SNI, 2006). Jumlah anggota Asosiasi Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan Indonesia (ASPADIN) mencatat perusahaan AMDK pada tingkat nasional mencapai lebih dari 500 perusahaan (ASPADIN, 2012). Beberapa merek perusahaan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) adalah Ne Bali, AXO, Duta, SPRING, Yeh Buleleng, CLEO dan NONMIN. CV Tirta Tamanbali, sebagai salah satu perusahaan yang memproduksi air minum dalam kemasan di Bali dengan merek NONMIN, terus berupaya melakukan inovasi baik dalam segi pengembangan perusahaan dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Nonmin merupakan salah satu pelopor merek AMDK mengandung oksigen di Bali, namun perkembangan produknya lambat walaupun produk mempunyai kualitas yang baik. Produk Nonmin belum bisa mencapai pelanggan, harganya lebih mahal dari produk sejenis lainnya, beberapa pelanggan beralih ke produk lain karena tidak mudah mendapatkan produk, jumlah permintaan dalam berbagai kemasan

mengalami kenaikan dan penurunan pada periode tertentu. Penelitian ini dilaksanakan bertujuan untuk mengetahui tingkat kepentingan pelanggan, tingkat kepuasan pelanggan, atribut yang dipentingkan oleh pelanggan, dan atribut yang tidak memuaskan pelanggan pada produk Nonmin CV Tirta Tamanbali.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Peneliti menggunakan metode *purposive sampling* dengan pengujian validitas kuesioner menggunakan metode *product moment* (Umar, 2005).



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian

Populasi yang diambil sampelnya adalah semua pengguna AMDK merek Nonmin yang datang ke tempat distributor (pelanggan akhir) sejumlah 30 sampel yang mewakili distributor terbesar CV Tirta Tamanbali. Setelah data terkumpul dilakukan analisis menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penentuan Produk CV. Tirta Tamanbali

Produk AMDK merek Nonmin yang dievaluasi menggunakan QFD adalah produk kemasan galon. Kompetitor yang dipilih sebagai uji validitas kuesioner adalah produk AMDK merek CLEO dengan alasan memiliki spesifikasi produk yang sama dengan merek Nonmin. Adapun beberapa karakteristik produk Nonmin dan Cleo yang dijadikan pertimbangan untuk dievaluasi dan diteliti yaitu: produk AMDK tersebut sama-sama memiliki nilai tambah mengandung oksigen dan melalui proses demineralisasi. Produk AMDK Nonmin kemasan galon adalah produk dengan jumlah permintaan yang tinggi di CV. Tirta Tamanbali

Identifikasi Kepentingan Pelanggan

Langkah awal yang harus dilakukan dalam QFD adalah mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat disebut sebagai kepentingan pelanggan (Tjiptono,2003).

Atribut kepentingan pelanggan berdasarkan hasil evaluasi produk dalam hal karakteristik produk, kemasan, wilayah sebaran (*place*), harga produk (*price*), promosi dan pemasaran(Kotler, 2000), dan pelayanan (*customer care*) adalah 17 atribut kepentinganyaitu, (1) oksigen, (2) demineralisasi, (3) jernih, (4) rasa, (5) bau, (6) ada atau tidaknya lumut, (7) higienitas, (8) ketersediaan di warung kecil dan besar, (9) jalur distribusi, (10) harga produk bersaing, (11) keterjangkauan untuk seluruh segmen pasar, (12) adanya diskon, (13) kekuatan kemasan, (14) ramah lingkungan, (15) kemasan ergonomis, (16) ketersediaan dalam berbagai ukuran kemasan, dan (17) *customer care*. Seluruh atribut kepentingan kemudian diverifikasi kepada pelanggan. Jumlah total responden yang diambil adalah sebanyak 30 orang responden (*end user*) dengan karakteristik sampel yaitu berusia 19 tahun – 50 tahun, profesi pegawai swasta, mahasiswa, dan pengusaha.

Hasil perhitungan kemudian dibandingkan dengan angka kritik pada Tabel Korelasi nilai-r. Jika $r_{xy} > r_{tabel}$ maka data tersebut valid. Jika $r_{xy} < r_{tabel}$ maka data tersebut tidak valid. Angka kritik pada tabel tersebut dengan taraf signifikansi 5% dan jumlah responden 30 orang adalah 0,361.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kuesioner Kepentingan

Pertanyaan ke-n	r hasil	r tabel	Status	Pertanyaan ke - n	r hasil	r tabel	Status
1	0,433	0,361	Valid	10	0,433	0,361	Valid
2	0,445	0,361	Valid	11	0,397	0,361	Valid
3	0,381	0,361	Valid	12	0,388	0,361	Valid
4	0,671	0,361	Valid	13	0,445	0,361	Valid

5	0,375	0,361	Valid	14	0,464	0,361	Valid
6	0,698	0,361	Valid	15	0,415	0,361	Valid
7	0,698	0,361	Valid	16	0,446	0,361	Valid
8	0,564	0,361	Valid	17	0,397	0,361	Valid
9	0,564	0,361	Valid				

Analisis Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Produk CV. Tirta Tamanbali

Atribut dari Produk AMDK merek Nonmin yang dianggap sangat penting oleh responden adalah jernih, rasa, bau, ada/tidaknya lumut, higienitas, ketersediaan di warung kecil atau besar, jalur distribusi, kekuatan kemasan, serta ramah lingkungan. Sedangkan atribut yang penting bagi pelanggan adalah demineralisasi, mengandung oksigen, adanya diskon, kemasan ergonomis, ketersediaan dalam berbagai ukuran, dan *customercare*. Hal ini menunjukkan bahwa untuk produk AMDK merek Nonmin, secara umum seluruh atribut adalah penting dan menjadi acuan dalam memilih produk AMDK. Keuntungan dan kelebihan bagi merek Nonmin untuk meningkatkan penjualannya adalah merek Nonmin sudah dikenal dan mempunyai *brand* tersendiri serta *positioning* yang baik. Kondisi ini memberikan ciri khas (*feature*) pada produk merek Nonmin yang merupakan karakteristik unggulan dari produk yang ditawarkan oleh perusahaan CV. Tirta Tamanbali sehingga peluang merek Nonmin untuk bersaing sangat baik di pasar produk AMDK di Bali.

Tabel 2. Tingkat Kepentingan Pelanggan Produk AMDK Merek Nonmin

No	Atribut	Tingkat Kepentingan	Kriteria
1	Oksigen	24,2	penting
2	Demineralisasi	24,4	penting
3	Jernih	25,8	sangat penting
4	Rasa	26,4	sangat penting
5	Bau	26,4	sangat penting
6	Ada atau tidaknya lumut	27,2	sangat penting
7	Higienitas	26,0	sangat penting
8	Ketersediaan di warung kecil dan besar	26,0	sangat penting
9	Jalur distribusi	25,8	sangat penting
10	Harga produk bersaing	23,6	penting
11	Keterjangkauan untuk seluruh segmen pasar	23,6	penting
12	Adanya diskon	24,8	penting
13	Kekuatan kemasan	25,6	sangat penting
14	Ramah lingkungan	25,6	sangat penting
15	Kemasan Ergonomis	24,6	penting
16	Ketersediaan dalam berbagai ukuran	24,4	penting
17	Customer Care	24,6	penting

Keterangan tabel: (1). 6,0 – 10,8= sangat tidak penting, (2). 10,9 - 15,7= tidak penting, (3). 15,8 - 20,6= biasa saja, (4). 20,7 - 25,5= penting, 25, 6 - 30,4= sangat penting.

Analisis tingkat kepuasan pelanggan adalah penilaian terhadap kondisi produk AMDK merek Nonmin CV. Tirta Tamanbali saat ini pelanggan puas pada atribut mengandung oksigen, demineralisasi, jernih, rasa, bau, ada atau tidaknya lumut, dan keterjangkauan untuk seluruh segmen pasar. Sedangkan pada atribut yang tidak memuaskan adalah jalur distribusi mencapai, kekuatan kemasan, dan *customer care*.

Hasil yang belum memuaskan ini perlu dijadikan pertimbangan oleh perusahaan untuk ditingkatkan kualitasnya secara terus menerus. Distribusi produk, ketahanan dan kekuatan kemasan, dan *customer care* harus semakin ditingkatkan. Produk AMDK merek Nonmin konsisten dalam spesifikasi produknya yaitu mengandung oksigen dan demineralisasi ini terlihat dari pembahasan sebelumnya bahwa kedua atribut tersebut memuaskan. Kelemahan ini harus menjadi prioritas dalam perbaikan produk kedepannya sehingga mampu bersaing dengan produk AMDK sejenis atau pun produk AMDK lainnya.

Tabel 3. Tingkat Kepuasan Pelanggan Produk AMDK Merek Nonmin CV. Tirta Tamanbali

No	Atribut	Tingkat Kepuasan	Kriteria
1	Oksigen	24,2	puas
2	Demineralisasi	24,4	puas
3	Jernih	24,0	puas
4	Rasa	23,2	puas
5	Bau	23,8	puas
6	Ada atau tidaknya lumut	23,8	puas
7	Higienitas	22,4	puas
8	Ketersediaan di warung kecil dan besar	17,0	biasa saja
9	Jalur distribusi	14,8	tidak puas
10	Harga produk bersaing	17,0	biasa saja
11	Keterjangkauan untuk seluruh segmen pasar	23,8	puas
12	Adanya diskon	19,4	biasa saja
13	Kekuatan kemasan	13,0	tidak puas
14	Ramah lingkungan	18,4	biasa saja
15	Kemasan Ergonomis	20,2	biasa saja
16	Ketersediaan dalam berbagai ukuran	16,2	biasa saja
17	Customer Care	15,4	tidak puas

Keterangan tabel: (1). 6,0 – 10,8= sangat tidak puas, (2). 10,9 - 15,7=tidak puas, (3). 15,8 - 20,6= biasa saja, (4). 20,7 - 25,5= puas, (5). 25,6 - 30,4= sangat puas.

Penentuan Rasio Perbaikan (*Improvement Ratio* / IR)

Rasio perbaikan atau *Improvement Ratio* adalah nilai hasil perbandingan antara target produk untuk masa yang akan datang dengan kondisi saat ini, atau dalam hal ini yaitu kepuasan pelanggan. Dari hasil perhitungan, diperoleh atribut produk AMDK merek Nonmin yang diprioritaskan jika ingin mencapai target yang ditetapkan perusahaan adalah ketersediaan di warung kecil dan besar, jalur distribusi, harga produk bersaing, kekuatan kemasan, ketersediaan dalam berbagai ukuran kemasan,

dan *customer care*. Penentuan rasio perbaikan sehingga diperoleh prioritas masalah yang harus diperbaiki terlebih dahulu sehingga perbaikan mutu oleh perusahaan akan lebih mudah, efektif, efisien dan mencapai target sasaran yang tepat. Penyesuaian biaya perbaikan juga bisa dilakukan dengan adanya prioritas ini. Pemborosan atau salah anggaran perbaikan bisa dikurangi dengan adanya prioritas ini. Sumber daya yang dibutuhkan juga bisa dipersiapkan dengan baik oleh CV. Tirta Tamanbali untuk melakukan perbaikan mutu baik sumber daya manusia dan lain-lain.

Tabel 4. Hasil Perhitungan Rasio Perbaikan Produk AMDK Nonmin. CV. Tirta Tamanbali

No	Atribut	Kondisi saat ini	Target (Asumsi)	IR
1	Oksigen	4,0	5,0	1,2
2	Deminalisasi	4,1	5,0	1,2
3	Jernih	4,0	5,0	1,3
4	Rasa	3,9	5,0	1,3
5	Bau	4,0	5,0	1,3
6	Ada atau tidaknya lumut	4,0	5,0	1,3
7	Higienitas	3,7	5,0	1,4
8	Ketersediaan di warung kecil dan besar	2,8	5,0	1,8
9	Jalur distribusi	2,5	5,0	2,0
10	Harga produk bersaing	2,8	5,0	1,8
11	Keterjangkauan untuk seluruh segmen pasar	4,0	5,0	1,3
12	Adanya diskon	3,2	5,0	1,6
13	Kekuatan kemasan	2,2	5,0	2,3
14	Ramah lingkungan	3,1	5,0	1,6
15	Kemasan Ergonomis	3,4	5,0	1,5
16	Ketersediaan dalam berbagai ukuran kemasan	2,7	5,0	1,9
17	Customer Care	2,6	5,0	1,9

Pembuatan Rancangan Parameter Teknis

Rancangan parameter teknis ini disusun berdasarkan hasil wawancara dan diskusi dengan pihak CV. Tirta Tamanbali khususnya bagian produksi, R& D/ HRD, dan QC serta observasi langsung di pabrik.

Tabel 4. Parameter Teknis (Respon Teknis) Produk AMDK Merek Nonmin

No	Parameter Teknis	Spesifikasi
1	Pemilihan bahan baku kemasan	Harga sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan perusahaan
2	Hygiene	Mengatur Hygiene dalam ruang produksi sesuai dengan standar mutu ISO yang diterapkan perusahaan
3	HACCP	Evaluasi kerja dari awal proses berjalan hingga proses berakhir
4	Sanitasi dan Cleaning	Membersihkan mesin produksi dan ruangan kerja
5	Statistical Process Control (SPC)	Pembuatan peta kontrol dalam rangka menstandarisasi proses kerja awal hingga proses kerja berakhir
6	Penelitian	Melakukan riset pasar berupa wawancara, evaluasi

		produk, dan jalur distribusi
7	Penyebaran agen secara merata di seluruh Bali	Dalam rangka memudahkan menjangkau pelanggan

Kepentingan pelanggan dalam QFD atau *Voice of Customer* (WHATs) kemudian diterjemahkan ke dalam *Technical Response* (HOWs) yaitu parameter teknis yang relevan dengan kepentingan pelanggan dan terukur (Marimin, 2004). Parameter teknis atau respon teknis yang penting untuk jabarkan adalah pemilihan bahan baku, *hygiene*, HACCP, sanitasi dan *cleaning*, *statistical process control*, penelitian dan penyebaran agen secara merata di seluruh Bali.

Analisis Hubungan Antara Kepentingan Pelanggan dan Parameter Teknis

Hubungan antara kepentingan pelanggan dan parameter teknis atau disebut juga matriks interaksi. Matriks interaksi mengaitkan bentuk hubungan respon teknis (HOWs) dengan suara pelanggan (WHATs). Analisis interaksi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat dan besar pengaruh parameter teknis dari internal perusahaan terhadap atribut-atribut dari kepentingan pelanggan.

Hubungan antara kepentingan pelanggan dan parameter teknis untuk atribut ada atau tidaknya lumut, rasa, bau, jernih, dan higienitas sangat kuat dengan parameter teknis pemilihan bahan baku kemasan, *hygiene*, HACCP, sanitasi dan *cleaning*, *statistical process control*, dan penelitian. Jalur distribusi, ketersediaan di warung kecil dan besar, dan kekuatan kemasan hubungannya sangat kuat terhadap parameter teknis penelitian dan penyebaran agen secara merata di seluruh Bali. Atribut ramah lingkungan hubungannya sangat kuat terhadap pemilihan bahan baku, HACCP, SPC, dan penelitian. Atribut adanya diskon hubungannya sangat kuat terhadap penyebaran agen secara merata di seluruh Bali. Atribut kemasan ergonomis hubungannya sangat kuat dengan parameter pemilihan bahan baku, HACCP, SPC, dan penelitian. Atribut ketersediaan dalam berbagai ukuran kemasan hubungannya sangat kuat terhadap parameter teknis pemilihan bahan baku, penelitian dan penyebaran agen secara merata di seluruh Bali. Atribut harga produk bersaing dan keterjangkauan untuk seluruh segmen pasar sangat kuat hubungannya dengan pemilihan bahan baku, penelitian dan penyebaran agen secara merata di seluruh Bali.

Tabel 5. Hubungan Antara Kepentingan Pelanggan dan Parameter Teknis

Matriks Korelasi Nonmin		Parameter Teknis							
		Bobot Kepentingan	Pemilihan bahan baku kemasan	Hygiene	HACCP	Sanitasi dan Cleaning	Statistical Process Control (SPC)	Penelitian	Penyebaran agen secara merata di seluruh Bali
			Harga sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan perusahaan	Mengantar Hygiene dalam ruang produksi sesuai dengan standar mutu SPV dan GMP perusahaan	Evaluasi kerja dari awal proses berjalan hingga proses berakhir	Membersihkan mesin produksi dan ruangan kerja	Pembuatan peta kontrol dalam rangka menstandarisasi proses kerja awal hingga proses kerja berakhir	Melakukan riset pasar berupa wawancara, evaluasi produk dan jalur distribusi	Dalam rangka memudahkan menjangkau konsumen
Kepentin Pelanggan Atribut	Ada atau tidaknya lumut	4,5	0	0	0	0	0	0	Δ
	Rasa	4,4	0	0	0	0	0	0	Δ
	Bau	4,4	0	0	0	0	0	0	Δ
	Jernih	4,3	0	0	0	0	0	0	Δ
	Higienitas	4,3	Δ	0	0	0	0	0	Δ
	Ketersediaan di warung kecil dan besar	4,3	Δ					0	0
	Jalur distribusi	4,3						0	0
	Kekuatan kemasan	4,3	0		0			0	0
	Ramah lingkungan	4,3	0		0	0	0	0	Δ
	Adanya diskon	4,1	0						0
	Kemasan Ergonomis	4,1	0		0		0	0	0
	Ketersediaan dalam berbagai ukuran kemasan	4,1	0					0	0
	Customer Care	4,1					Δ	0	0
	Demineralisasi	4,1		Δ	0		0		
	Oksigen	4,0		Δ	0		0		
	Harga produk bersaing	3,9	0					0	0
	Keterjangkauan untuk seluruh segmen pasar	3,9	0					0	0

Keterangan : Simbol hubungan 0 ; kuat, O ; sedang, Δ ;lemah

Analisis Korelasi Antar Parameter Teknis (Matriks Trade Off)

Analisis korelasi antar parameter teknis dilakukan untuk menganalisis konflik yang mungkin akan terjadi antar parameter teknis, sehingga diketahui hal-hal teknis yang saling berhubungan , dan seberapa kuat atau lemah pengaruhnya satu sama lain (Cohen, 1995).Matriks *trade off* ini memungkinkan kita untuk mengetahui lebih banyak konflik yang mungkin terjadi dan sedapat mungkin diambil kondisi yang paling optimum untuk menghasilkan produk dengan karakteristik dan spesifikasi yang diinginkan.

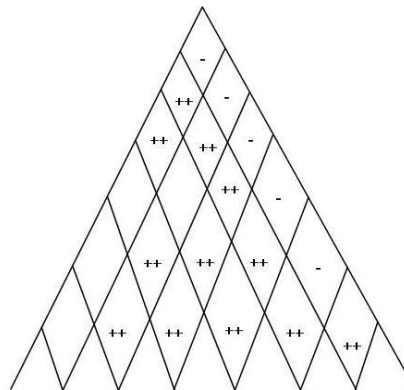
Tabel 6. Hubungan Keterkaitan antar Parameter Teknis pada Produk AMDK Merek Nonmin CV. Tirta Tamanbali

Parameter Teknis	Parameter Teknis Terkait	Hubungan	Alasan	
Pemilihan bahan baku kemasan	Statistical Process Control (SPC)	O/(++)	Pemilihan bahan baku kemasan akan mempengaruhi SPC karena jika kemasan tidak baik maka terjadi proses kerja yang terganggu	
	Penelitian		Untuk mendapatkan bahan baku kemasan yang baik sesuai dengan standar dibutuhkan penelitian atau riset	
Hygiene	HACCP/Evaluasi kerja dari awal proses berjalan hingga proses berakhir	O/(++)	HACCP, Sanitasi dan Cleaning, dan Penelitian saling berdampak satu sama lain karena untuk melaksanakan peningkatan dan menjaga mutu produk dan produksi maka ketiga faktor ini saling terkait satu sama lain.	
	Sanitasi dan Cleaning			
	Penelitian			
Penelitian	Melakukan riset pasar berupa wawancara, evaluasi produk, dan jalur distribusi	Penyebaran agen secara merata di seluruh Bali/ Dalam rangka memudahkan menjangkau konsumen	O/(++)	Penelitian dan riset pasar dibutuhkan untuk mengetahui sejauh mana produk sudah menjangkau pelanggan

Keterangan : Simbol hubungan O / (++) ; kuat, O / (+) ; sedang, Δ / (-) ; lemah

Menyusun Perhitungan dan Analisis Dalam Bentuk *House of Quality (HOQ)*

HOQ menggambarkan hubungan antara keinginan pelanggan dengan faktor teknis internal dari perusahaan serta mengevaluasi kemampuan perusahaan terhadap kompetitor dalam rangka memuaskan kepentingan pelanggan (Cohen, 1995). Nilai rata-rata tingkat kepentingan teknis untuk produk AMDK merek Nonmin adalah 422.46. Nilai tersebut digunakan untuk menentukan parameter teknis yang diprioritaskan dalam upaya perumusan memenuhi kepentingan pelanggan oleh perusahaan. Data hasil perhitungan kepentingan teknis menunjukkan bahwa, prioritas teknis yang perlu didahulukan agar mencapai atribut kepentingan pelanggan yang memiliki nilai kepentingan mulai yang terbesar berturut-turut yaitu ada atau tidaknya lumut, rasa, bau, jernih, higienitas, ketersediaan diwarung kecil dan besar, jalur distribusi, dan kekuatan kemasan. Kepentingan teknis yang memiliki nilai terbesar (532.8) adalah penelitian yang mencakup melakukan riset pasar berupa wawancara, evaluasi produk dan jalur distribusi. Pada atribut kepentingan pelanggan yang tidak memuaskan seperti atribut, jalur distribusi, kekuatan kemasan, dan *customer care* memerlukan perhatian khusus.



Matriks Korelasi Nonmin		Parameter Teknis							NONMIN	Target NONMIN	Rasio Perbaikan		
		Bobot Kepentingan	Penilaian bahan baku kemasan	Hygiene	HACCP	Sanitasi dan Cleaning	Statistical Process Control (SPC)	Penelitian				Penyebaran secara merata di seluruh Bali	
Atribut Kepentingan Pelanggan	Ada atau tidaknya lumut	4,5	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	Δ	4,0	5,0	1,3
	Rasa	4,4	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	Δ	3,9	5,0	1,3
	Bau	4,4	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	Δ	4,0	5,0	1,3
	Jernih	4,3	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	Δ	4,0	5,0	1,3
	Higienitas	4,3	Δ	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	3,7	5,0	1,4
	Ketersediaan di warung kecil dan besar	4,3	Δ						⊙	⊙	2,8	5,0	1,8
	Jalur distribusi	4,3							⊙	⊙	2,5	5,0	2,0
	Kekuatan kemasan	4,3	⊙		⊙				⊙	⊙	2,2	5,0	2,3
	Ramah lingkungan	4,3	⊙		⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	Δ	3,1	5,0	1,6
	Adanya diskon	4,1	⊙						⊙	⊙	3,2	5,0	1,6
	Kemasan Ergonomis	4,1	⊙		⊙				⊙	⊙	3,4	5,0	1,5
	Ketersediaan dalam berbagai ukuran kemasan	4,1	⊙						⊙	⊙	2,7	5,0	1,9
	Customer Care	4,1						Δ	⊙	⊙	2,6	5,0	1,9
	Demineralisasi	4,1		Δ	⊙						4,1	5,0	1,2
	Oksigen	4,0		Δ	⊙			⊙			4,0	5,0	1,2
	Harga produk bersaing	3,9	⊙						⊙	⊙	2,8	5,0	1,8
	Keterjangkauan untuk seluruh segmen pasar	3,9	⊙						⊙	⊙	4,0	5,0	1,3
	Nilai Tingkat Kepentingan Teknis		295,2	205,2	383,8	235,5	349,4	532,8	336,0				
Nilai Tingkat Kepentingan Teknis Relatif		0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1		2957,2			

Keterangan : Simbol hubungan ⊙ / (++) ; kuat, ⊙ / (+) ; sedang, Δ / (-) ; lemah

Gambar 2. House of Quality (HOQ) Produk AMDK Merek Nonmin

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Tingkat kepentingan pelanggan terhadap kualitas produk Nonmin CV. Tirta Tamanbali dengan kriteria sangat penting adalah pada atribut jernih, rasa, bau, ada atau tidaknya lumut, higienitas, ketersediaan di warung kecil dan besar, jalur distribusi, kekuatan kemasan, dan ramah lingkungan. Tingkat kepentingan dengan kriteria penting adalah pada atribut oksigen, demineralisasi, harga produk bersaing, keterjangkauan untuk seluruh segmen pasar, adanya diskon, kemasan ergonomis, ketersediaan dalam berbagai ukuran, dan customer care.
2. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk Nonmin CV. Tirta Tamanbali yang memuaskan adalah pada atribut kepentingan mengandung oksigen, demineralisasi, jernih, bau,

ada atau tidaknya lumut, rasa, higienitas, dan keterjangkauan untuk seluruh segmen pasar memiliki kriteria memuaskan.

3. Atribut-atribut yang dipentingkan oleh pelanggan terhadap produk Nonmin CV. Tirta Tamanbali adalah ada atau tidaknya lumut, rasa, bau, jernih, higienitas, ketersediaan di warung kecil dan besar, jalur distribusi, kekuatan kemasan, ramah lingkungan, adanya diskon, kemasan ergonomis, ketersediaan dalam berbagai ukuran kemasan, *customer care*, demineralisasi, oksigen, harga produk bersaing, dan keterjangkauan untuk seluruh segmen pasar.
4. Atribut yang tidak memuaskan dan perlu ditingkatkan adalah jalur distribusi, kekuatan kemasan dan *customer care*.

Saran

1. CV.Tirta Tamanbali sebaiknya segera melakukan perbaikan dan evaluasi pada kualitas yang menjadi kepentingan pelanggan yang paling mendasar misalnya pada ketahanan dan kekuatan kemasan serta jalur distribusinya.
2. CV. Tirta Tamanbali sebaiknya melakukan evaluasi berdasarkan hasil rasio perbaikan dan riset pasar secara berkala dalam waktu tertentu untuk mengetahui posisi produk di pelanggan.
3. CV. Tirta Tamanbali disarankan untuk membuat strategi bagaimana meningkatkan dan mengembangkan produk AMDK Nonmin sehingga mampu bersaing dengan produk AMDK pendatang baru di Bali.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2012. ASPADIN. www.inawater.org/en/partner/partner/ngo. Diakses pada tanggal 16 Juli 2014
- Cohen, L.1995. Quality Function Deployment: How to Make QFD Work for You. Addison Wesley Longman, Inc. Cambridge, Massachusetts.
- Kotler, P. 2000. Manajemen Pemasaran. Alih Bahasa: Drs.Benyamin Molan. Jilid I. Index Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Marimin. 2004. Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk. PT.Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- SNI, 2006. Pengertian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK).<http://bardowenang.blogspot.com/2010/04/prokontraairmurnidanairmineral.html>. Diakses pada tanggal 15 Juli 2014.
- Tjiptono, F dan Diana, A. 2003. Total Quality Management (TQM) – Edisi Revisi. Penerbit ANDI Yogyakarta, Yogyakarta.
- Umar, H. 2005. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.