
Sistem Perancangan Dan Kualitas Produk Terhadap Produksi Sofa Di CV. Berkat Raya

Erinsyah Maulia Rangkuti

Akademi Teknik Indonesia Cut Meutia
erinsyah@aticutmeutia.ac.id

Zainal

Akademi Teknik Indonesia Cut Meutia
zainal@aticutmeutia.ac.id

Desy Irana Dewi Lubis

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma
desyirana78@gmail.com

Lisa

Politeknik Cendana
lisa87@gmail.com

Abstrak

Suatu proses produksi dalam pelaksanaannya dapat dihasilkan produk yang berkualitas. Kualitas produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai dipasar sasaran (target market) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang dan ide. CV. Berkat Raya merupakan perusahaan mebel yang bergerak dibidang industri manufaktur sofa, perusahaan ini memiliki kualitas produk yang baik. Kualitas produk yang dihasilkan perusahaan perusahaan sesuai dengan keinginan konsumen. Produk dirancang untuk meningkatkan kenyamanan manusia serta mengefesiesikan ruangan tempat tinggal. Perancangan produk adalah penyusunan bentuk dengan memberikan potensi dan manfaat sesuai dengan kebutuhan.

Untuk mengembangkan suatu produk, dalam hal ini penulis melakukan penelitian di CV. Berkat Raya Medan yang memproduksi sofa, untuk mengetahui kebutuhan apa yang diperlukan konsumen pada suatu produk, dan kebutuhan tersebut haruslah diintegrasikan pada spesifikasi-spesifikasi produk yang dikembangkan. Dengan mengedepankan kualitas dan kepuasan pelanggan, diharapkan teknologi informasi dapat mengakomodir setiap kebutuhan dan keluhan pelanggan terhadap produk dan pelayanan perusahaan untuk mencegah pindahnya pelanggan ke produsen lain.

Kata kunci : Perancangan Produk, Kualitas Produk.

I. PENDAHULUAN

Perancang produk adalah satu set kegiatan yang dimulai dari timbulnya persepsi bahwa ada kesempatan (opportunity) di pasar dan berakhir dengan produksi, penjualan dan pengiriman produk. Banyak berbagai barang

dirancang untuk memenuhi kriteria pelanggan. Ukuran yang sesuai dengan permintaan pelanggan dan efisien, seperti perancang produk sofa.

Kegiatan merancang suatu barang tentu saja membutuhkan ukuran-ukuran yang sesuai dengan permintaan pelanggan. Produk yang akan dirancang adalah sofa, dirancang berdasarkan permintaan pelanggan. Produk ini ditunjukkan untuk melengkapi peralatan rumah tangga yang saat ini didesain dengan menyesuaikan bentuk rumah. Produk dirancang untuk meningkatkan kenyamanan manusia serta mengoptimalkan ruangan tempat tinggal.

Kualitas produk adalah suatu jaminan dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen dalam memilih suatu produk dan dalam masalah ini citra rasa pribadi sangat berperan. Dengan mengedepankan kualitas dan kepuasan pelanggan, diharapkan teknologi informasi dapat mengkoordinasikan setiap kebutuhan dan keluhan pelanggan terhadap produk dan pelayanan untuk mencegah pindahnya pelanggan ke produsen lain. Kualitas sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk (barang atau jasa) yang menunjang kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan.

Perancangan suatu produk dan kualitas produk merupakan faktor yang dapat menstimuli keputusan pembeli dengan cara meningkatkan atau menawarkan produk sesuai apa yang diharapkan konsumen. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yaitu dengan judul “Sistem Perancangan dan Kualitas Produk Terhadap Produksi Sofa di CV. Berkat Raya”. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sistem perancangan dan kualitas produk terhadap produksi sofa di CV. Berkat Raya.

II. KAJIAN PUSTAKA

1. Perancangan Produk

Perancangan produk adalah penyusunan bentuk dengan memberikan potensi dan manfaat sesuai dengan kebutuhan (Ulrich,2011). Untuk membuat sebuah produk biasanya kita akan melewati tahap-tahap sebagai berikut :

- a. Market Research dan Feasibility Study Market Research
Dari market research ini bisa didapatkan produk seperti apa yang konsumen butuhkan atau inginkan.
- b. Brainstorming
Disebut sebagai curah pendapat, yaitu merupakan proses mengumpulkan ide-ide untuk mencari solusi dari masalah yang didiskusikan. Dari proses diskusi akan dibuat cara kerja, komponen yang dipakai dan lain sebagainya.
- c. Menentukan Tujuan dan Batasab Produk
Tujuan dan batasan diperlukan agar kita tidak berlebihan dalam merancang produk tersebut yang akan berakibat mahal harga jual ke konsumen.
- d. Menggambar Produk
Menggambar produk berdasarkan hubungan dimensi komponen-komponen yang sudah ditentukan dalam 3 tahap diatas, agar kita mendapatkan ilustrasi produk jadi. Merancang produk menggunakan 3 dimensi dengan software solid works, inventor, catia dan lainnya.
- e. Review Produk
Dilakukan untuk mengevaluasi apakah ada kekurangan pada rancangan yang sudah dibuat desainnya sampai tahap gambar.

- f. **Membuat Prototype/Sample**
Sample barang yang akan diproduksi masal bisa dibuat dengan berbagai cara. Untuk produk-produk yang sudah umum tidak perlu sampai membuat sample barangnya (produk dari besi), namun memerlukan ketelitian dalam menggambar dan tidak boleh ada kesalahan gambar yang berakibat fatal atau barang reject.
- g. **Uji Coba**
Sebelum dipasarkan tentu diperlukan uji coba apakah barang yang dibuat benar-benar handal atau tidak. Adanya mengujinya berdasarkan waktu, ditekan, dijatuhkan dan lainnya.
- h. **Produksi Masal**
Produksi yang adanya kontrol kualitas agar konsumen tidak sampai menerima barang rusak.
- i. **Garansi**
Garansi adalah layanan purna jual yang diberikan oleh perusahaan yang membuat produk tersebut agar konsumen tenang jika sewaktu-waktu ada kerusakan pada barang tersebut.

2. Karakteristik Perancang

Menurut Nurmisnto, 2005 Karakteristik yang harus dimiliki oleh seseorang perancang yang perlu diperhatikan yaitu mempunyai kemampuan untuk mengidentifikasi masalah, memiliki imajinasi untuk meramalkan masalah yang mungkin akan timbul, berdaya cipta, mempunyai kemampuan untuk menyederhanakan persoalan, mempunyai keahlian dibidang matematika, fisika, kimia, tergantung dari jenis rancangan yang dibuat dan dapat mengambil keputusan yang terbaik berdasarkan analisa dan prosedur yang benar.

3. Kualitas Produk

Menurut Selnes (1993:21) mendefinisikan konsep produk yang berkaitan dengan reputasi produk sebagai persepsi dari kualitas produk/jasa yang hubungannya dengan nama produknya. Kualitas produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai dipasar sasaran (target market) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, temoat, orang dan ide.

- a. **Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas**
Hal ini disebabkan mutu suatu produk itu dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu manusia, manajemen, uang, bahan baku, mesin, dan peralatan.
- b. **Dimensi dan Perspektif Produk**
Menurut David Garvin, untuk menentukan dimensi kualitas produk, dapat melalui 8 dimensi sebagai berikut (Tjiptono, 2007)
 - 1) *Performance*, berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang di pertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.
 - 2) *Features*, yaitu aspek performansi yang berguna untuk menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.

- 3) *Reliability*, berkaitan dengan probabilitas atau suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.
- 4) *Conformance*, berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang ditetapkan.
- 5) *Durability*, yaitu suatu refleksi umur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai.
- 6) *Serviceability*, yaitu karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, kompetensi, kemudahan, dan akurasi dalam memberikan layanan untuk perbaikan barang.
- 7) *Asthetics*, merupakan karakteristik yang berdifat subyektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual.
- 8) *Perceived Quality*, yaitu konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk.

Menurut (Juran,2012) kualitas adalah kesesuaian untuk penggunaan (*fitness for use*) ini berarti bahwa suatu produk/jasa hendaklah sesuai dengan apa yang diperlukan atau diharapkan oleh pengguna, lebih jauh Juran mengemukakan lia dimensi kualitas yaitu rancangan (*design*) sebagai spesifikasi produk, kesesuaian (*Conformance*) yakni kesesuaian antara maksud desain dengan penyampaian produk aktual, ketersediaan (*availability*) mencakup aspek kedapat dipercaya serta ketahanan dan produk ini tersedia bagi konsumen untuk digunakan, keamanan (*savety*) aman dan tidak membahayakan konsumen, guna praktis (*field use*) kegunaan praktis yang dapat dimanfaatkan pada penggunaannya oleh konsumen.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang akan digunakan adalah metode explanatory survey. Survey informasi dari sebagian populasi (sampel responden) dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik, dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

IV. PEMBAHASAN

1. Sistem Perancang Produk

Untuk merancang produk kita akan melewati tahap-tahap yaitu market research, pencarian ide, menentukan tujuan dan batasan produk, menggambar produk, review produk, uji coba, produksi masal, dan garansi.

Dalam memproduksi suatu produk perusahaan seperti sofa, ada bagian-bagian yang perlu dilakukan yaitu alat yang digunakan, jumlah produk per hari, cara pembuatan produk, biaya produksi per unit, harga jual per unit, dan kendala produksi.

Adapun pertimbangan teknik yang diperhatikan oleh perusahaan dalam pelaksanaan proyek meubel sofa yaitu sebagai berikut :

- a. Memenuhi kualitas sofa yaitu pemakaian (membuat) kerangka yang kuat, pemakaian busa yang lebih baik, pemakaian kain yang cukup, dan menggunakan karet yang kuat.
- b. Perhatian terhadap barang produksi.
- c. Memberikan modal serta kualitas barang yang baik.

Di dalam memproduksi produknya perusahaan menggunakan sarana-sarana yang sederhana serta bagus antara lain membeagikan brosur-brosur kepada orang-orang pelanggan serta pada tempat parkir atau pusat kota yang ramai, disamping itu melakukan suatu pameran-pameran kecil sampai pameran yang besar seperti ekspo dipusat-pusat kota.

2. Kualitas Produk

Kualitas produk di CV. Berkat Raya yang diberikan kepada pelanggan. Indikator-indikator kualitas yang digunakan yaitu sebagai berikut :

- a. Produk bebas cacat, produk mabel sofa jadi CV. Berkat Raya tidak dalam keadaan rusak. Disini produk dalam keadaan baik, kayu pada mabel tidak pecah, busa pada mabel kursi dalam keadaan baik tidak kempes, jahitan pada mabel kursi rapi, semprotan cat pada mabel rata dan halus. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila produk yang ditawarkan kepada konsumen bebas cacat.
- b. Desain dan penampilan produk yang menarik, penampilan produk mabel sofa CV. Berkat Raya yang menarik seperti model/desain yang artistik, dapat memesan produk mabel sesuai dengan model yang diinginkan pada produk kursi, warna dan corak kain dapat memilih sesuai keinginan konsumen, sehingga disini konsumen bisa terpenuhi apa yang diinginkannya.
- c. Tidak mudah rusak, produk yang berkualitas adalah produk yang mempunyai umur ekonomis yang lama atau dengan kata lain mempunyai daya tahan yang baik. Produk CV. Berkat Raya yang tidak mudah rusak dalam batas-batas perawatan normal, seperti dalam jangka waktu 5 tahun cat mabel masih bagus tidak mengelupas dan jok mabel kursi yang memiliki kualitas baik sehingga tidak mudah kempes.

V. KESIMPULAN

1. Kesimpulan

- a. Berdasarkan data CV. Berkat Raya untuk perancang produk sofa yang ergonomis guna meningkatkan kenyamanan pelanggan didapat hasil perhitungan ukuran bentuk sofa yang sesuai dengan pesanan pelanggan.
- b. Untuk menghasilkan output yang lebih besar, CV. Berkat Raya lebih memperhatikan kualitas produk yang digunakan oleh customer seperti bahan dan bentuk yang digunakan nantinya lebih memperhatikan konsep ergonomis agar memberikan kesan nyaman saat digunakan.
- c. Dalam perancangan produk selain memperhatikan ukuran yang ergonomis serta keinginan konsumen, juga harus memperhatikan dari sisi kekuatan dan keamanan pada saat digunakan. Diharapkan produk yang dihasilkan

selanjutnya dapat lebih baik dari desain sebelumnya serta dapat memperkecil kelemahan-kelemahan dari desain yang sudah ada.

2. Saran

- a. Untuk meningkatkan dan mempertahankan posisi CV. Berkat Raya pada konsumen hendaknya perusahaan lebih meningkatkan tiap-tiap variabel yang ada pada sistem perancangan dan kualitas produk, dimana dengan menerapkan langkah yang demikian maka perusahaan akan memiliki keunggulan lebih yang akan diingat konsumen jika dibandingkan dengan perusahaan lain yang bergerak dibidang sama. Dengan ini akan lebih memudahkan bersaing dengan perusahaan lainnya.
- b. Perusahaan CV. Berkat raya diharpkan melakukan penyusunan rencana keuangan untuk menggunakan peramalan keuangan sebagai alat pengawasan dalam pelaksanaan kegiatan operasional perusahaan. Langkah tersebut dilakukan dalam rangka untuk evaluasi atas kegiatan perusahaan dalam rangka untuk pencapaian tujuan dimasa akan datang.

VI. REFERENCES

- Chasanah. 2007. Tahap-Tahap perancangan Produk.
- Purnama. 2006. Perspektif Kualitas Produk. Bumi Aksara, Bandung.
- Dr. Indriantoro, Nur. Drs. Supomo, Bambang. (2009). Metodologi Penelitian Bisnis. Cetakan Ketiga. BPFE. Yogyakarta
- Hartono. 2010. Manusia Sebagai MakhluK Sosial. Salemba Empat. Jakarta
- Prawirosentono. 2002. Alasan Memproduksi Produk Berkualitas
- Purnama. 2006. Perspektif Kualitas Produk. Bumi Aksara. Bandung
- Selnes. 1993. Teori Mengenai Kualitas Produk
- Siagian, Sondang, P. 2011. Manajemen Sumber Daya Manusia. Cetakan 19. Bumi Aksara. Jakarta
- Sugiyono. 2009. Penelitian Deskriptif. Lembaga Sarana Informasi Usaha dan Produktivitas. Jakarta
- Sugiyono. 2004. Variabel Penelitian
- Tjiptono., Fandy. 2000. Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Pembelian. Kencana. Jakarta
- Tjiptono. 2007. Dimensi dan Perspektif Kualitas Produk. PT. Remaja Rosda Karya. Bandung
- Ulrich. 2022. Perancangan Produk. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Umar, Husein. 2004. Cross Sectional Method. Bandung
- Vincent Gaspersz, "Statistic Proses Control," Penerapan Teknik-teknik Statistical Dalam Manajemen Bisnis Total," Baranang Siang Indah, Bogor, 1997