

DIMENSI MUTU PRODUK BALAI LATIHAN PENDIDIKAN TEKNIK (BLPT) KAATEN TOMOHON

**Meyriska Christi Howan
Paulus A. Pangemanan
Leonardus R. Rengkung**

ABSTRACT

The research showed that the process of measuring the dimensions of product quality in Technical Education and Training Center (BLPT) Kaaten reached the total 2569 data retrieval scores indicating the index number of consumer satisfaction measurements of 85,63% and quite satisfied. This indicates that consumers who buy products at BLPT Kaaten Tomohon are aware of the benefits of BLPT products in terms of product quality dimensions that can be seen from the 8 dimensions of quality, namely performance, features, reliability, suitability, durability, ease of improvement, beauty and perception of quality. The measurement of quality dimension product of BLPT Kaaten Tomohon can be a reference for BLPT Kaaten Tomohon to continuously improve product quality in order to remain competitive in the market.

Keywords: dimension, product quality, Technical Education and Training Center (BLPT), Kaaten Tomohon

ABSTRAK

Hasil penelitian menunjukkan proses pengukuran dimensi mutu produk di BLPT Kaaten mencapai total skor pengambilan data 2569 yang menunjukkan angka indeks pengukuran kepuasan konsumen sebesar 85,63 % dan tergolong sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang membeli produk- produk di BLPT Kaaten Tomohon sadar mengenai keunggulan dari produk di BLPT yang dilihat dari segi dimensi mutu (kualitas) produk yang dapat dilihat dari 8 dimensi mutu (kualitas) yaitu kinerja, keistimewaan, keandalan, kesesuaian, daya tahan, kemudahan perbaikan, keindahan dan persepsi terhadap kualitas. Kiranya pengukuran dimensi mutu (kualitas) produk BLPT Kaaten Tomohon dapat menjadi acuan bagi BLPT Kaaten Tomohon untuk terus meningkatkan kualitas produk agar tetap bersaing di pasaran.

Kata kunci: dimensi, mutu produk, Balai Latihan Pendidikan Teknik (BLPT), Kaaten Tomohon

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sebuah produk bisa dikatakan produk yang baik bila mampu menjalankan fungsi utamanya dan sesuai dengan harapan atau keinginan konsumen. Produk yang berkualitas merupakan kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil / kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan konsumen (Kotler, 2003). Tuntutan konsumen atas peningkatan kualitas (mutu) dari suatu produk dewasa ini semakin bertambah (Dale, 2003). Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang memiliki kepuasan yang tinggi terhadap suatu produk akan memberikan loyalitas yang tinggi pula bahkan akan cenderung memberikan rekomendasi pembelian terhadap produk tersebut. Hal ini sangat memberikan dampak yang cukup baik dalam membantu perusahaan untuk meningkatkan profit perusahaan. Kotler (2005) merumuskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memiliki atau melebihi harapan. Harapan tersebut adalah standar kualitas yang dirasakan oleh konsumen terhadap kualitas suatu produk. Kualitas (mutu) merupakan elemen utama bagi peningkatan daya saing suatu produk. Untuk menghasilkan produk yang berkualitas, maka perusahaan harus meningkatkan kinerja manajemen perusahaan yang akan bersinergi terhadap kualitas produk yang diharapkan pelanggan (Whisnu, 2013). Menurut Suwendra (2014) satu hal yang sangat berarti dalam meningkatkan kinerja menghadapi tantangan persaingan dalam era industrialisasi yang semakin kompetitif sekarang ini adalah melalui perbaikan berkelanjutan pada aktivitas bisnis yang terfokus pada konsumen. Pencapaian kualitas pada suatu produk dapat tercermin dari manajemen mutu dimana merupakan semua aktivitas dari fungsi manajemen secara keseluruhan yang menentukan kebijakan kualitas, tujuan-tujuan, dan tanggung jawab serta mengimplementasikan melalui perencanaan kualitas, jaminan kualitas dan peningkatan kualitas produk.

BLPT Kaaten Tomohon adalah salah satu pabrik pengolahan dan pemanfaatan batang kelapa menjadi berbagai jenis dan model

furniture yang terletak di Matani 1 Jln. Raya Tomohon - Tondano Minahasa. BLPT Kaaten ini berada dibawah yayasan Sinode GMIM yang sudah berdiri sejak tahun 1992 memiliki banyak peminat baik lokal maupun mancanegara. Perabot dari pohon kelapa banyak diminati dikarenakan serat yang ada dalam pohon kelapa sangat unik dan sangat berbeda dengan kayu - kayu jenis lain. Selain itu Pohon Kelapa sangat mudah ditemukan di Sulawesi Utara khususnya di daerah Minahasa. Banyak pabrik yang menghasilkan berbagai jenis dan model furniture seperti yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten, untuk itu demi menjaga eksistensi BLPT Kaaten dituntut untuk terus meningkatkan kualitas sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas tinggi dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam hal ini kualitas produk menjadi hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan karena dapat mempengaruhi kepuasan dari pelanggan. Pelanggan merupakan salah satu orientasi dari perusahaan dalam menangani persaingan di pasar (Donny, 2009). Walaupun tingkat kepuasan konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor, namun mutu suatu barang sangat berpengaruh terhadap pemenuhan kepuasan. Dengan adanya perubahan teknologi maju secara drastis maka perusahaan diharuskan untuk mengubah cara pandang sekaligus filosofi tentang kualitas seperti mempunyai struktur organisasi yang baik, pelatihan & desain kerja yang mantap, desain proses yang baik, proses produksi yang andal, dan manajemen pembelian bahan yang prima (Suyadi, 2002). Pengelolaan yang efektif terhadap semua aktifitas manajemen yang ada dalam perusahaan dapat menjamin mutu dan keamanan dari setiap produk yang akan dihasilkan yang tercermin dari manajemen mutu yang dijalankan oleh organisasi bisnis. Tantangan paling besar dihadapi oleh setiap perusahaan adalah masalah pengembangan produk. Pengembangan produk dapat dilakukan oleh personalia dalam perusahaan dengan cara mengembangkan produk yang sudah ada. Perusahaan yang tidak mengadakan atau tidak mampu menciptakan produk baru akan menghadapi resiko seperti penurunan volume penjualan, karena munculnya pesaing yang lebih kreatif, adanya perubahan selera konsumen, munculnya teknologi baru dalam proses produksi (Cannon, dkk, 2008). Gagasan mengenai produk

sebagai keunggulan atau kepuasan yang potensial bagi konsumen sangatlah penting. Banyak manajer bisnis yang terlalu fokus pada detail teknis dalam memproduksi suatu produk. Disisi lain, banyak konsumen yang memikirkan tentang produk dalam hal total manfaat yang ditawarkannya. Kepuasan tersebut mungkin berupa penawaran produk total yang merupakan perpaduan antara layanan yang baik, fisik yang menarik dengan fitur yang sesuai, panduan yang bermanfaat, pengemasan yang rapi, garansi yang dapat dipercaya, dan bahkan merek yang mudah untuk diingat (Cannon, dkk, 2008).

Kualitas produk juga harus dapat ditentukan oleh cara konsumen memandang produk tersebut. Dari sudut pandang pemasaran, kualitas adalah kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen. Definisi ini berfokus pada konsumen dan bagaimana konsumen berpikir suatu produk akan memenuhi tujuan tertentu (Cannon, dkk, 2008). Penilaian tentang baik dan buruknya suatu produk dapat ditentukan oleh dimensi kualitas suatu produk. Dimensi kualitas suatu produk menurut Raymon Mc Leod (2001) dapat diukur melalui kinerja, keistimewaan, keandalan, kesesuaian, daya tahan, kemudahan perbaikan, keindahan dan persepsi terhadap kualitas yang didasarkan pada citra atau reputasi suatu produk.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka yang menjadi masalah yaitu bagaimana dimensi mutu(kualitas) produk yang terdiri dari kinerja, keistimewaan, keandalan, kesesuaian, daya tahan, kemudahan perbaikan, keindahan dan persepsi terhadap kualitas dari produk - produk yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten Tomohon.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang dimensi mutu (kualitas) produk yang terdiri dari kinerja, keistimewaan, keandalan, kesesuaian, daya tahan, kemudahan perbaikan, keindahan dan persepsi terhadap kualitas dari produk-produk yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten Tomohon.

Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- I. Bagi Penulis, menerapkan ilmu - ilmu yang dipelajari selama perkuliahan dalam hal ini

meningkatkan pengetahuan mengenai dimensi mutu (kualitas) produk pada perusahaan.

- II. Bagi perusahaan, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam hal pengembangan kinerja perusahaan yang berhubungan dengan dimensi mutu (kualitas) produk.
- III. Bagi pembaca, dapat menjadi sumber informasi dan masukan yang dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di BLPT Kaaten Tomohon, penelitian ini akan dilaksanakan selama 4 bulan dari persiapan sampai penyusunan laporan yaitu pada bulan Januari 2017 sampai bulan April 2017.

Jenis Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dilapangan. Data sekunder adalah data yang diperoleh dengan mempelajari dokumentasi perusahaan seperti data pelanggan dan profil perusahaan.

Metode Pengumpulan Data

Populasi merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang menjadi sumber data penelitian (Siregar,2013). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk di BLPT Kaaten Tomohon. Sampel merupakan suatu prosedur pengambilan data dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi (Siregar, 2013). Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari konsumen yang membeli produk di BLPT Kaaten Tomohon. Dalam hal ini populasi menggunakan data konsumen selama 2 tahun terakhir yaitu sebanyak 250 konsumen, maka pengambilan sampel menggunakan metode *simple random sampling* (sampel acak sederhana), sampel yang diambil sebanyak 30 responden / konsumen.

Konsep Pengukuran Variabel

Variabel – variabel yang akan diukur dalam penelitian ini adalah :

- I. Karakteristik Responden, mencakup :
- Jenis kelamin (laki-laki/perempuan).
 - Umur : usia jumlah tahun konsumen dilahirkan sampai saat menjadi konsumen dalam penelitian (tahun).
 - Pekerjaan : profesi konsumen.
 - Tingkat pendidikan: pendidikan terakhir konsumen.
 - Penghasilan : pendapatan konsumen per bulan.
 - Lamanya menggunakan produk.

II. Dimensi mutu produk yaitu :

- Kinerja (*performance*)
 - Kerapihan desain produk
 - Kehalusan produk
 - Kekuatan produk
- Keistimewaan (*Features*)
 - Desain produk
 - Kelengkapan aksesoris
 - Keseragaman warna
 - Keseragaman ukuran
- Keandalan (*Reability*)
 - Kemampuan produk
 - Keamanan produk
- Kesesuaian
 - Kesesuaian desain
 - Kesesuaian ukuran
 - Kesesuain bahan material
- Daya tahan (*Durability*)
 - Daya tahan cat warna
 - Daya tahan material
 - Daya tahan aksesoris
- Kemudahan perbaikan
- Keindahan
 - Tampilan produk
 - Tampilan warna
 - Penggunaan material
- Persepsi terhadap kualitas.

Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan daftar tabel dan angka. Untuk mengukur sikap akan disusun 20 pertanyaan dengan total responden 30 orang. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata berikut (Tangkulung, 2015) :

Sangat puas	skor 5
Puas	skor 4
Ragu- ragu	skor 3
Tidak puas	skor 2

Sangat tidak puas skor 1

Dengan cara perhitungan skor masing-masing pertanyaan: Jumlah skor tiap kriteria= Capaian skor X Jumlah Responden Untuk :

$$S5 = 5 \times 30 = 150$$

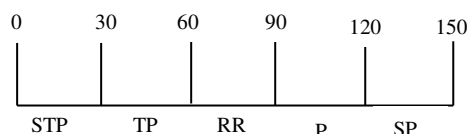
$$S4 = 4 \times 30 = 120$$

$$S3 = 3 \times 30 = 90$$

$$S2 = 2 \times 30 = 60$$

$$S1 = 1 \times 30 = 30$$

Jumlah skor ideal untuk setiap pertanyaan (skor tertinggi) = 150. Jumlah skor terendah = 30 . Dengan interpretasi nilai :



Cara perhitungan skor keseluruhan untuk mengetahui kualitas produk: Jumlah skor seluruh kriteria= Capaian Jumlah Skor X Jumlah Responden X Instrumen pertanyaan Untuk :

$$S5 = 5 \times 30 \times 20 = 3000$$

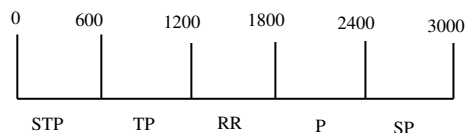
$$S4 = 4 \times 30 \times 20 = 2400$$

$$S3 = 3 \times 30 \times 20 = 1800$$

$$S2 = 2 \times 30 \times 20 = 1200$$

$$S1 = 1 \times 30 \times 20 = 600$$

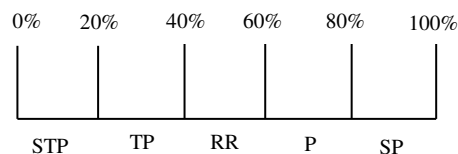
Jumlah skor ideal untuk keseluruhan pernyataan 3000 (tertinggi). Jumlah skor terendah 600. Dengan interpretasi nilai :



Analisis data yang digunakan merupakan analisis deskriptif yang dianalisis dengan menggunakan skala pengukuran Likert Scale adalah sebagai berikut :

$$\text{Tingkat kualitas produk} = \frac{\text{Jumlah Skor Hasil Pengumpulan Data} \times 100 \%}{\text{Jumlah skor Ideal (tertinggi)}}$$

Dengan interpretasi nilai :



Keterangan Kriteria interpretasi skor kualitas produk:

- Angka 0% - 20% = Sangat Tidak Puas
 Angka 20% - 40% = Tidak Puas
 Angka 40% - 60% = Ragu-ragu
 Angka 60% - 80% = Puas
 Angka 80% - 100% = Sangat Puas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Balai Latihan Pendidikan Teknik (BLPT) Kaaten Tomohon

Balai latihan pendidikan teknik (BLPT) Kaaten adalah tempat pelatihan dan pendidikan juga tempat produksi serta pemanfaatan bahan – bahan alami yang ada seperti pemanfaatan pohon kelapa yang sudah tidak produktif lagi untuk bahan mebel, bangunan dan souvenir. BLPT Kaaten diresmikan pada tanggal 5 Februari 1992. BLPT Kaaten sendiri berada dibawah naungan Gereja Masehi Injili di Minahasa. Lokasi BLPT Kaaten berada di Matani 1 Jln. Raya Tomohon -Tondano Minahasa.

Tabel 1. Jumlah karyawan BLPT Kaaten Tomohon

No	Jabatan	Jumlah (orang)
1	Kepala	1
2	Operasional	1
3	Bag. Adm. Keuangan	1
4	Bag. Produksi	1
5	Bag. Marketing/Penjualan	1
6	Bag. Personalia	1
7	Bag. Persiapan	7
8	Bag. Rg. Mesin	3
9	Bag. Mebel	6
10	Bag. Bangunan	4
11	Bag. Finishing	6
12	Bag. Pendidikan	1
13	Bag. Barang Kecil	3
14	Bag. Mekanik	2
15	Bag. Gudang	2
Total Karyawan		40

Sumber : Data perusahaan BLPT Kaaten Tomohon

BLPT Kaaten sebagai salah satu lembaga pendidikan yang memiliki karyawan dan memproduksi bahan mebel, bangunan serta souvenir. Kegiatan produksi ini bertujuan supaya hasil produksi yang ada akan dapat membantu membiayai program pendidikan di BLPT. Berikut ini merupakan produk- produk yang dihasilkan di BLPT Kaaten Tomohon :

1. Bahan Mebel: Set Meja Makan, Set Kursi

Tamu, Lemari Pakaian, Lemari Pajangan, Tempat Tidur, Kursi Gereja, Tempat Persembahan, dan lain-lain.

2. Souvenir: Salib Pajangan, Papan Nama, Asbak, Catur dan lain-lain.
 3. Bahan Bangunan: Rumah panggung.
- Jumlah karyawan di BLPT Kaaten dapat dilihat pada Tabel 1.

Karakteristik Responden

Jenis Kelamin Responden

Mengonsumsi suatu produk pada dasarnya tidak terpengaruh pada jenis kelamin, dalam artian semua konsumen baik laki- laki ataupun perempuan selalu melakukan kegiatan untuk berbelanja produk untuk memenuhi setiap kebutuhannya. Jenis kelamin responden yang berbelanja produk di BLPT Kaaten Tomohon dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	Laki - laki	16	53,4
2	Perempuan	14	46,6
Jumlah		30	100

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Tabel 2 menunjukkan jumlah responden konsumen yang berbelanja produk di BLPT berdasarkan jenis kelamin. Sebagian besar konsumen yang berbelanja adalah yang berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 16 orang (53,4 %) sedangkan konsumen perempuan sebanyak 14 orang (46,6 %) dari total seluruh responden.

Umur Responden

Tingkat umur mempengaruhi kemampuan seseorang dalam melakukan aktivitas maupun konsep berpikir, khususnya dalam mengonsumsi suatu produk. Konsumen yang memiliki umur yang muda tentunya memiliki selera yang berbeda dengan konsumen yang berumur tua. Komposisi umur responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak berada pada interval 41– 50 tahun yaitu sebanyak 14 orang (46,6 %). Sedangkan jumlah konsumen terendah berada pada interval umur 21 – 30 tahun dan \geq 50 tahun yaitu 2 orang (6,7 %).

Tabel 3. Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Umur

No	Umur Responden (tahun)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	≤ 20	-	-
2	21 – 30	2	6,7
3	31 – 40	12	40
4	41 – 50	14	46,6
5	≥ 50	2	6,7
Jumlah		30	100

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Tingkat Pendidikan Responden

Tingkah laku individu atau seseorang sangat dipengaruhi oleh pendidikan yang telah dicapai. Begitu juga dengan pengambilan keputusan dalam memilih berbagai alternatif pilihan yang hendak dipilih. Seorang konsumen yang memiliki tingkat pendidikan yang tinggi cenderung akan memilih suatu produk berdasarkan kualitas yang lebih baik.

Tabel 4. Jumlah Responden Menurut Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	SD	-	-
2	SMP	4	13,3
3	SMA	19	63,4
4	S1	6	20
5	S2	1	3,3
6	S3	-	-
Jumlah		30	100

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Tabel 4 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan responden yang terbanyak yaitu pada tingkat SMA dimana terdapat 19 orang (63,4 %). Sedangkan tingkat pendidikan responden yang paling sedikit yaitu tingkat pendidikan S2 dimana terdapat 1 orang responden (3,3 %) dari jumlah responden yang ada.

Pekerjaan Responden

Jenis pekerjaan juga sangat mempengaruhi cara berpikir seseorang dalam memilih produk mana yang memiliki kualitas baik untuk dikonsumsi. Berikut ini merupakan tabel jumlah responden menurut jenis pekerjaan

Dalam penelitian ini terdapat 4 kategori jenis pekerjaan dari responden, yaitu PNS, Swasta, Wiraswasta, Mahasiswa/ Pelajar. Kategori Wiraswasta merupakan jenis pekerjaan terbanyak dari responden yaitu sebanyak 14 orang (46,7 %). Sedangkan jenis pekerjaan yang paling

sedikit yaitu PNS sebanyak 7 orang (23,3 %) dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 5. Jumlah Responden Menurut Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	PNS	7	23,3
2	Swasta	9	30
3	Wiraswasta	14	46,7
4	Mahasiswa/ Pelajar	-	-
5	Lainnya	-	-
Jumlah		30	100

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Penghasilan Responden

Tingkat pendapatan yang dimiliki oleh seseorang sangat mempengaruhi pola berpikir seseorang untuk memenuhi setiap kebutuhannya.

Tabel 6. Jumlah Responden Menurut Penghasilan per Bulan

No	Jumlah Penghasilan per bulan (juta)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	2 – 4	2	6,6
2	4 – 6	17	56,7
3	6 – 8	8	26,7
4	8 – 10	3	10
5	≥ 10	-	-
Jumlah		30	100

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Tabel 6 menunjukkan penghasilan responden per bulannya. Konsumen terbanyak memiliki penghasilan pada interval 4 – 6 juta yaitu sebanyak 17 orang (56,7 %). Sedangkan konsumen terendah pada interval 2 – 4 juta yaitu sebanyak 2 orang (6,6 %) dari keseluruhan jumlah responden.

Periode Konsumsi

Mengonsumsi suatu produk furniture ada banyak orang yang telah lama mengonsumsi ada juga yang baru memulai untuk mengonsumsi karena kesadaran akan kebutuhan dan kemajuan zaman. Tabel 7 menunjukkan lamanya responden mengonsumsi produk BLPT.

Tabel 7 menunjukkan bahwa lamanya mengonsumsi responden yang terbanyak yaitu terdapat 18 orang (60%) sedangkan responden dalam lamanya mengonsumsi paling sedikit yaitu terdapat 1 orang (3,3%) dari jumlah responden yang ada

Tabel 7. Jumlah Responden Menurut Lamanya Mengonsumsi Produk

No	Lamanya Konsumsi (tahun)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	1	18	60
2	2	10	33,4
3	3	1	3,3
4	≥ 3	1	3,3
	Jumlah	30	100

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Dimensi Mutu Produk

Mutu merupakan hal yang sangat penting dalam suatu organisasi apalagi jika berhubungan dengan suatu produk. Mutu suatu produk adalah kecocokkan penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Semakin besar pelanggan puas dengan suatu produk maka bisa dikatakan produk tersebut bermutu. Mutu bisa diukur dari beberapa dimensi, sehingga dengan dimensi ini bisa dianalisis apakah suatu produk bermutu atau tidak.

Kinerja (Performance)

Kinerja (performa) merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan ketika ingin membeli suatu produk. Pelanggan akan membeli produk karena fungsi yang melekat pada produk tersebut. Kinerja dari suatu produk menekankan pada seberapa baik kegunaan suatu produk sesuai dengan fungsi yang diharapkan. Kinerja suatu produk dapat diukur melalui 3 indikator yaitu : Kerapihan desain produk, kehalusan produk dan kekuatan produk.

Kerapihan desain produk

Desain produk merupakan salah satu kunci kesuksesan sebuah produk di pasaran. Desain produk yang menarik, akan semakin menambah nilai dari sebuah produk. Ditambah lagi dengan kerapihan dari desain produk tersebut.

Tabel 8. Kerapihan Desain Produk

Alternatif Jawaban	Alternatif Skor	Jumlah (orang)	Presentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	8	26,6	40
Puas	4	18	60	72
Ragu–ragu	3	4	13,4	12
Tidak puas	2	-	-	-
Sangat tidak puas	1	-	-	-
Total		30	100	124

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Tabel 8 menunjukkan bahwa 18 orang (60 %) responden berpendapat bahwa puas dengan pernyataan kerapihan desain produk. 8 orang (26,6 %) sangat puas dengan pernyataan tersebut dan 4 orang (13,4 %) masih meragukan pernyataan tersebut. Total skor yang diperoleh dari 30 responden pada indikator pernyataan no 1 ini adalah 124, sehingga rata-rata dukungan sikap konsumen terletak pada daerah puas. Angka indeks persepsi konsumen mengenai kerapihan desain produk yaitu : $124/150 \times 100 = 82.6 \%$, sehingga interpretasi nilainya tergolong sangat puas. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen merasa sangat puas terhadap kerapihan desain produk yang dihasilkan BLPT Kaaten, dilihat dari desainnya yang menarik dan sangat rapi.

Kehalusan produk

Selain didesain dengan rapi kehalusan dari suatu produk juga sangat penting dalam menambah nilai dari sebuah produk. Tanggapan konsumen dari pernyataan tentang kehalusan produk dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9 . Kehalusan Produk

Alternatif Jawaban	Alternatif Skor	Jumlah (orang)	Presentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	10	33,3	50
Puas	4	16	53,4	64
Ragu– ragu	3	4	13,3	12
Tidak puas	2	-	-	-
Sangat tidak puas	1	-	-	-
Total		30	100	126

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Tabel 9 menunjukkan bahwa 16 orang (53,4 %) responden puas dengan kehalusan produk yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten. 10 orang (33,3 %) sangat puas dan 4 orang (13,3 %) masih ragu – ragu . Total skor yang diperoleh dari 30 responden pada indikator kehalusan produk yaitu 126. Angka indeks persepsi konsumen mengenai kehalusan produk yaitu : $126/150 \times 100 = 84 \%$. Sehingga interpretasi nilainya sangat puas. Ini menunjukkan bahwa konsumen sangat puas dengan kehalusan produk yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten. Konsumen berpendapat bahwa produk – produk yang dihasilkan oleh BLPT ketika dipegang begitu halus tidak kasar dibandingkan dengan produk - produk furniture yang ada di tempat lain.

Kekuatan produk

Produk yang memiliki kekuatan dan tidak mudah rusak sangat mempengaruhi konsumen untuk melakukan proses pembelian. Konsumen akan cenderung memilih produk yang bisa tahan lama dibandingkan dengan produk yang mudah rusak.

Tabel 10. Kekuatan Produk

Alternatif Jawaban	Alternatif Skor	Jumlah (orang)	Presentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	10	33,3	50
Puas	4	16	53,4	64
Ragu – ragu	3	4	13,3	12
Tidak puas	2	-	-	-
Sangat tidak puas	1	-	-	-
Total		30	100	126

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Tabel 10 menunjukkan bahwa sebanyak 16 orang (53,4 %) responden puas dengan kekuatan produk yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten. 10 orang (33,3 %) sangat puas dan 4 orang (13,3 %) ragu-ragu. Total skor yang diperoleh dari 30 responden yaitu 126, sehingga rata-rata dukungan persepsi konsumen terletak pada daerah setuju. Angka indeks persepsi konsumen mengenai kekuatan produk yaitu: $126/150 \times 100 = 84 \%$. Interpretasi nilainya sangat puas.

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen sangat puas dengan kekuatan produk yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten dibandingkan dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan lainnya. Konsumen berpendapat bahwa produk-produk BLPT sangat kuat dibuktikan dengan produk-produk BLPT tidak mudah rusak meskipun sudah digunakan dalam jangka waktu yang lama, bahan materialnya tidak rapuh dan sangat tahan lama.

Rekapitulasi Dimensi Mutu Produk terhadap Kinerja (*Performance*)

Tabel 11 menunjukkan bahwa terdapat 3 indikator dimensi mutu produk terhadap kinerja dimana pernyataan 1 adalah indeks kepuasan terendah yaitu 82,6 %, sedangkan pernyataan ke 2 dan ke 3 mendapat indeks kepuasan yang sama yaitu 84 %.

Tabel 11. Rekapitulasi Jumlah Skor Pengambilan Data, Indeks Kepuasan, dan Interpretasi pada Indikator Dimensi Mutu Produk Terhadap Kinerja (*Performance*)

No	Pernyataan	Total Skor	Indeks Kepuasan (%)	Interpretasi
1	Produk BLPT Kaaten didesain rapi.	124	82,6	Sangat Puas
2	Produk BLPT Kaaten sangat halus.	126	84	Sangat Puas
3	Produk BLPT Kaaten sangat kuat dan tidak mudah rusak.	126	84	Sangat Puas
	Total Skor	125,3	83,5	Sangat Puas

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Keistimewaan (*Features*)

Produk bermutu mempunyai keistimewaan khusus dibandingkan dengan produk lain. Keistimewaan merupakan pernak – pernik yang melengkapi atau meningkatkan fungsi dasar dari sebuah produk. Keistimewaan meliputi desain produk, kelengkapan aksesoris, keseragaman warna dan keseragaman ukuran.

Desain Produk

Desain produk yang menarik sangat mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu produk untuk dikonsumsi. Desain produk juga berkaitan dengan seberapa baik produk tersebut dibuat. Berikut ini tanggapan konsumen mengenai desain produk.

Tabel 12. Desain Produk

Alternatif Jawaban	Alternatif Skor	Jumlah (orang)	Presentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	6	20	30
Puas	4	19	63,3	76
Ragu – ragu	3	5	16,7	15
Tidak puas	2	-	-	-
Sangat tidak puas	1	-	-	-
Total		30	100	121

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Tabel 12 menunjukkan bahwa sebanyak 19 orang (63,3 %) responden puas dengan desain produk. 6 orang (20 %) sangat puas dan 5 orang (16,7 %) masih ragu-ragu dengan pernyataan mengenai desain produk. Total skor yang diperoleh yaitu 121. Sehingga rata-rata dukungan persepsi konsumen berada pada daerah setuju. Angka indeks persepsi konsumen mengenai desain produk yaitu: $121/150 \times 100 = 80,6 \%$. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen sangat puas

dengan desain produk yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten yang sangat menarik. Konsumen mengatakan bahwa desain produk-produk di BLPT Kaaten sangat menarik dikarenakan konsumen bisa memesan produk berdasarkan kemauan dan keinginan konsumen sendiri. BLPT Kaaten juga selalu menrancang produk dengan mengikuti kemajuan zaman sehingga produk- produk yang dihasilkan merupakan produk – produk terbaru. Dan yang membuat produk tersebut semakin menarik desainnya menggunakan satu bahan material yaitu pohon kelapa yang sudah tidak produktif lagi.

Kelengkapan Aksesoris

Produk yang dilengkapi dengan fitur-fitur berupa aksesoris akan terlihat lebih menarik dibandingkan dengan produk yang hanya biasa-biasa saja. Semakin menariknya sebuah produk akan semakin mempengaruhi konsumen untuk melakukan proses pembelian. Tanggapan konsumen mengenai kelengkapan aksesoris dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Kelengkapan Aksesoris

Alternatif Jawaban	Alternatif Skor	Jumlah (orang)	Presentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	3	10	15
Puas	4	17	56,7	68
Ragu – ragu	3	6	20	18
Tidak puas	2	3	10	6
Sangat tidak puas	1	1	3,3	1
Total		30	100	108

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Tabel 13 menunjukkan bahwa sebanyak 17 orang (56,7 %) responden puas dengan pernyataan mengenai kelengkapan aksesoris. 6 orang (20 %) ragu- ragu, 3 orang (10 %) sangat puas, 3 orang (10 %) tidak puas dan 1 orang (3,3 %) sangat tidak puas. Total skor yang diperoleh dari total responden 30 orang yaitu 108. Sehingga angka indeks persepsi konsumen mengenai kelengkapan aksesoris yaitu : $108/150 \times 100 = 72 \%$. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen puas dengan kelengkapan aksesoris yang ada pada produk yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten. Berdasarkan wawancara kepada konsumen, kelengkapan aksesoris yang ada pada produk yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten biasanya tergantung pesanan yang diinginkan oleh konsumen. Jika konsumen ingin menambah aksesoris yang ada pada desain akan dikenakan biaya tambahan.

Keseragaman Warna

Warna merupakan salah satu daya tarik yang terdapat pada suatu produk. Warna yang seragam akan membuat produk menjadi semakin menarik untuk dilihat. Tabel 14 akan menunjukkan tanggapan konsumen mengenai keseragaman warna.

Tabel 14. Keseragaman Warna

Alternatif Jawaban	Alternatif Skor	Jumlah (orang)	Presentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	7	23,3	35
Puas	4	18	60	72
Ragu – ragu	3	5	16,7	15
Tidak puas	2	-	-	-
Sangat tidak puas	1	-	-	-
Total		30	100	122

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Tabel 14 menunjukkan bahwa sebanyak 18 orang (60 %) responden puas, 7 orang (23,3 %) sangat puas dan sebanyak 5 orang (6,7 %) ragu–ragu dengan keseragaman warna. Total skor yang diperoleh dari 30 responden yaitu. Angka indeks persepsi konsumen mengenai keseragaman warna yaitu: $122/150 \times 100 = 81,3 \%$. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen sangat puas dengan keseragaman warna pada produk yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten Tomohon. Konsumen mengatakan bahwa semua produk-produk yang ada di BLPT memiliki warna yang seragam. Tidak ada satupun produk yang didesain dengan warna yang berbeda, hanya menggunakan satu warna.

Keseragaman Ukuran

Ukuran dari sebuah produk tidak terlalu berpengaruh dalam proses pembelian sebuah produk. Hal ini disebabkan karena masing-masing konsumen memiliki kebutuhan yang berbeda-beda. Ukuran dari sebuah produk biasanya disesuaikan dengan keinginan dari konsumen.

Tabel 15. Keseragaman Ukuran

Alternatif Jawaban	Alternatif Skor	Jumlah (orang)	Presentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	6	20	30
Puas	4	11	36,7	44
Ragu – ragu	3	9	30	27
Tidak puas	2	3	10	6
Sangat tidak puas	1	1	3,3	1
Total		30	100	108

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Tabel 15 menunjukkan bahwa sebanyak 11 orang (36,7 %) puas, 9 orang (30 %) ragu-ragu, 6 orang (20 %) sangat puas, 3 orang (10 %) tidak puas dan 1 orang (3,3 %) sangat tidak puas dengan pernyataan mengenai keseragaman ukuran. Total skor yang diperoleh yaitu 108. Angka indeks kepuasan konsumen mengenai keseragaman ukuran yaitu $108/150 \times 100 = 72 \%$. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen puas dengan keseragaman ukuran produk yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten. Konsumen merasa puas dikarenakan produk-produk di BLPT Kaaten didesain berdasarkan keinginan konsumen, konsumen bisa menentukan ukuran yang diinginkan oleh konsumen. Ada juga konsumen yang menyatakan tidak puas karena ada beberapa pesanan yang tidak sesuai ukurannya dengan apa yang telah dipesan.

Rekapitulasi Dimensi Mutu Produk terhadap Keistimewaan (*Features*)

Tabel 16. Rekapitulasi Jumlah Skor Pengambilan Data, Indeks Kepuasan, dan Interpretasi pada Indikator Dimensi Mutu Produk Terhadap Keistimewaan (*Features*)

No	Pernyataan	Total Skor	Indeks Kepuasan (%)	Interpretasi
1	Desain produk BLPT Kaaten menarik	121	80,6	Sangat Puas
2	Produk BLPT Kaaten dilengkapi dengan aksesoris.	108	72	Puas
3	Produk BLPT Kaaten memiliki warna yang seragam.	122	81,3	Sangat Puas
4	Produk BLPT Kaaten memiliki ukuran yang seragam.	108	72	Puas
Total Skor		114,7	76,47	Puas

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Tabel 16 menunjukkan bahwa terdapat 4 indikator dimensi mutu produk terhadap keistimewaan (*features*) dimana pernyataan 3 adalah indeks kepuasaann tertinggi yaitu 81,3 %, sedangkan pernyataan 1 mendapat indeks 80,6

%, pernyataan 2 mendapat indeks 72 %, dan pernyataan 4 mendapat indeks kepuasan 72 %.

Keandalan (*Reability*)

Keandalan merupakan kemampuan produk untuk bekerja secara memuaskan selama penggunaan yang biasa. Semakin lama produk tersebut digunakan maka produk tersebut memiliki kualitas yang tinggi.

Kemampuan Produk untuk Memuaskan Konsumen

Sebuah produk bisa dikatakan andal jika produk tersebut mampu memuaskan konsumen selama penggunaan yang biasa. Berikut ini tanggapan konsumen terhadap kemampuan suatu produk yang dapat dilihat pada Tabel 17.

Tabel 17. Kemampuan Produk untuk Memuaskan Konsumen

Alternatif Jawaban	Alternatif Skor	Jumlah (orang)	Presentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	9	230	45
Puas	4	17	56,7	68
Ragu – ragu	3	4	13,3	12
Tidak puas	2	-	-	-
Sangat tidak puas	1	-	-	-
Total		30	100	125

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Tabel 17 menunjukkan sebanyak 17 orang (56,7 %) responden puas, sangat puas sebanyak 9 orang (30 %), dan sebanyak 4 orang (13,3 %) masih ragu – ragu. Total skor yang diperoleh yaitu 125. Angka indeks kepuasan mengenai kemampuan produk untuk memuaskan konsumen yaitu : $125/150 \times 100 = 83,3 \%$. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen sangat puas dengan kemampuan produk yang dihasilkan BLPT dalam memuaskan konsumen selama penggunaan yang biasa. Konsumen berpendapat bahwa produk – produk BLPT memiliki keandalan karena produk BLPT bisa bertahan lama lebih dari waktu yang biasanya dan konsumen bisa mendapatkan kepuasan selama menggunakan produk-produk dari BLPT.

Keamanan Produk

Keamanan suatu produk sangat mempengaruhi penggunaan dari produk tersebut. Hal ini tentunya membuat konsumen seringkali

berpikir untuk mengkonsumsi produk dilihat dari segi keamanannya. Tabel 18 akan menunjukkan tanggapan konsumen mengenai keamanan dari suatu produk.

Tabel 18. Keamanan Produk

Alternatif Jawaban	Alternatif Skor	Jumlah (orang)	Presentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	9	30	45
Puas	4	17	56,7	68
Ragu – ragu	3	4	13,3	12
Tidak puas	2	-	-	-
Sangat tidak puas	1	-	-	-
Total		30	100	125

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Tabel 18 menunjukkan sebanyak 17 orang (56,7 %) responden puas, sangat puas sebanyak 9 orang (30 %), dan sebanyak 4 orang (13,3 %) masih ragu – ragu. Total skor yang diperoleh yaitu 125. Angka indeks kepuasan mengenai keamanan dari produk yaitu: $125/150 \times 100 = 83,3 \%$. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen sangat puas dengan keamanan produk yang dihasilkan BLPT Kaaten. Dari hasil wawancara kepada konsumen, konsumen mengatakan bahwa semua produk- produk yang mereka beli di BLPT Kaaten sangat aman untuk digunakan. BLPT Kaaten tidak menggunakan bahan-bahan yang berbahaya ataupun material-material yang dapat membahayakan konsumen.

Rekapitulasi Dimensi Mutu Produk Terhadap Keandalan (*Reability*)

Tabel 19 menunjukkan bahwa terdapat 2 indikator dimensi mutu produk terhadap keandalan (*reability*) dimana pernyataan 1 dan 2 mendapat indeks 83,3 %.

Tabel 19. Rekapitulasi Jumlah Skor Pengambilan Data, Indeks Kepuasan, dan Interpretasi pada Indikator Dimensi Mutu Produk Terhadap Keandalan (*Reability*)

No	Pernyataan	Total Skor	Indeks Kepuasan (%)	Interpretasi
1	Produk BLPT Kaaten mampu memuaskan pelanggan selama penggunaan yang biasa.	125	83,3	Sangat Puas
2	Produk BLPT Kaaten aman untuk digunakan.	125	83,3	Sangat Puas
Total skor		125	83,3	Sangat Puas

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Kesesuaian

Kesesuaian berkaitan dengan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya atau sesuai dengan standarnya. Kesesuaian dari sebuah produk meliputi kesesuaian desain, kesesuaian ukuran dan kesesuaian bahan material yang digunakan.

Kesesuaian Desain

Mengkonsumsi sebuah produk konsumen akan lebih memilih produk yang bisa memenuhi keinginan dan kebutuhannya, salah satunya yaitu produk yang dihasilkan bisa didesain sesuai dengan keinginan konsumen.

Tabel 20. Kesesuaian Desain

Alternatif Jawaban	Alternatif Skor	Jumlah (orang)	Presentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	10	33,3	50
Puas	4	16	53,4	64
Ragu – ragu	3	4	13,3	12
Tidak puas	2	-	-	-
Sangat tidak puas	1	-	-	-
Total		30	100	126

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Tabel 20 menunjukkan bahwa 16 orang (53,4 %) puas, 10 orang (33,3 %) sangat puas dan sebanyak 4 orang (13,3 %) masih ragu- ragu. Total skor yang diperoleh dari 30 responden yaitu 126. Angka indeks kepuasan mengenai kesesuaian desain yaitu: $126/150 \times 100 = 84 \%$. Sehingga interpretasi nilainya tergolong sangat puas. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen sangat puas dengan kesesuaian desain yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten. Konsumen sangat puas karena semua desain produk yang ada di BLPT selalu sesuai dengan keinginan konsumen artinya ketika konsumen membeli produk di BLPT Kaaten konsumen bisa mendesain sendiri produk apa yang akan dibeli sesuai dengan keinginan dari konsumen.

Kesesuain Ukuran

Selain desain yang sesuai dengan keinginan konsumen, kesesuain ukuran juga merupakan salah satu faktor penentu dalam konsumen memilih suatu produk untuk

dikonsumsi. Pernyataan mengenai kesesuaian ukuran dapat dilihat pada Tabel 21.

Tabel 21. Kesesuaian Ukuran

Alternatif Jawaban	Alternatif Skor	Jumlah (orang)	Presentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	9	30	45
Puas	4	17	56,7	68
Ragu – ragu	3	4	13,3	12
Tidak puas	2	-	-	-
Sangat tidak puas	1	-	-	-
Total		30	100	125

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Tabel 21 menunjukkan bahwa sebanyak 17 orang (56,7 %) puas, sebanyak 9 orang (30 %) sangat puas dan 4 orang (13,3 %) masih ragu-ragu. Total skor yang diperoleh yaitu 125. Angka indeks kepuasan konsumen mengenai kesesuaian ukuran yaitu : $125/150 \times 100 = 83,3 \%$. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen sangat puas dengan kesesuaian ukuran dari produk yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten. Selain desain yang disesuaikan dengan keinginan konsumen, ukuran produk yang ada di BLPT Kaaten juga selalu disesuaikan dengan keinginan konsumen.

Kesesuaian Bahan Material

Bahan material yang digunakan untuk memproduksi suatu produk harus sesuai dengan standarnya. Berikut tanggapan konsumen mengenai kesesuaian bahan material dapat dilihat pada Tabel 22.

Tabel 22. Kesesuaian Bahan Material

Alternatif Jawaban	Alternatif Skor	Jumlah (orang)	Presentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	11	36,7	55
Puas	4	14	46,6	56
Ragu – ragu	3	5	16,7	15
Tidak puas	2	-	-	-
Sangat tidak puas	1	-	-	-
Total		30	100	126

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Tabel 22 menunjukkan sebanyak 14 orang (46,6 %) puas, 11 orang (36,7 %) sangat puas dan 5 orang (16,7 %) masih ragu-ragu. Total skor yang diperoleh 126. Angka indeks

kepuasan yang diperoleh yaitu : $126/150 \times 100 = 84 \%$. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen sangat puas dengan kesesuaian bahan material yang digunakan oleh BLPT Kaaten. BLPT Kaaten menggunakan satu bahan material yang utama yaitu pohon kelapa. Dalam membuat produk – produk furniture BLPT Kaaten menggunakan pohon kelapa yang sudah tidak produktif lagi dan juga memiliki standar (kriteria khusus) yang sudah ditentukan oleh BLPT sendiri.

Rekapitulasi Dimensi Mutu Terhadap Kesesuaian

Tabel 23 menunjukkan bahwa terdapat 3 indikator dimensi mutu produk terhadap kesesuaian dimana pernyataan 1 dan 3 mendapat indeks kepuasan tertinggi yaitu 84 % dan pernyataan 2 mendapat indeks 83,3 %.

Tabel 23. Rekapitulasi Jumlah Skor Pengambilan Data, Indeks Kepuasan, dan Interpretasi pada Indikator Dimensi Mutu Produk Terhadap Kesesuaian

No	Pernyataan	Total Skor	Indeks Kepuasan (%)	Interpretasi
1	Produk BLPT memiliki desain sesuai dengan keinginan konsumen.	126	84	Sangat Puas
2	Produk BLPT Kaaten memiliki ukuran sesuai dengan kebutuhan konsumen.	125	83,3	Sangat Puas
3	Material yang digunakan BLPT sesuai dengan standarnya.	126	84	Sangat Puas
Total Skor		125,6	83,7	Sangat Puas

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Daya Tahan (*Durability*)

Daya tahan berkaitan dengan rentang kehidupan produk atau ukuran masa pakai suatu produk. Semakin lama produk tersebut digunakan maka produk tersebut berkualitas. Pelanggan akan memandang suatu produk berkualitas jika

produk memiliki daya tahan dalam pemakaian. Daya tahan suatu produk meliputi: daya tahan cat warna, daya tahan material dan daya tahan aksesoris.

Daya Tahan Cat Warna

Produk–produk furniture biasanya dilengkapi dengan cat warna yang bervariasi. Warna juga menjadi salah satu penentu menariknya suatu produk. Produk yang memiliki daya tahan cat warna akan semakin menarik.

Tabel 24. Daya Tahan Cat Warna

Alternatif Jawaban	Alternatif Skor	Jumlah (orang)	Presentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	6	20	30
Puas	4	20	66,7	80
Ragu – ragu	3	4	13,3	12
Tidak puas	2	-	-	-
Sangat tidak puas	1	-	-	-
Total		30	100	122

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Tabel 24 menunjukkan bahwa 20 orang (66,7 %) puas, 6 orang (20 %) sangat puas dan 4 orang (13,3 %) masih ragu-ragu. Total skor yang diperoleh 122. Angka indeks kepuasan konsumen terhadap daya tahan cat warna yaitu : $122/150 \times 100 = 81,3 \%$. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen sangat puas dengan daya tahan cat warna dari produk yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten yang tidak mudah pudar dan tahan lama dibandingkan dengan produk furniture lainnya.

Daya Tahan Material

Selain warna daya tahan material juga sangat penting pada suatu produk. Semakin kuat bahan material yang dipakai maka semakin berkualitas produk tersebut.

Tabel 25. Daya Tahan Material

Alternatif Jawaban	Alternatif Skor	Jumlah (orang)	Presentase (%)	Total Skor
Sangat puas	5	9	30	45
Puas	4	18	60	72
Ragu – ragu	3	3	10	99
Tidak puas	2	-	-	-
Sangat tidak puas	1	-	-	-
Total				

Sumber : Diolah dari data primer, 2017.

Tabel 25 menunjukkan bahwa sebanyak 18 orang (60 %) puas, 9 orang (30 %) sangat puas dan 3 orang (10 %) masih ragu-ragu. Total skor yang diperoleh 126. Angka indeks kepuasan konsumen mengenai daya tahan material yaitu : $126/150 \times 100 = 84 \%$. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen sangat puas dengan daya tahan material dari produk yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten yang tidak mudah rapuh.

Daya Tahan Aksesoris

Daya tahan aksesoris juga merupakan nilai tambah dari suatu produk. Semakin tahan aksesoris yang ada pada suatu produk maka semakin berkualitas produk tersebut.

Tabel 26. Daya Tahan Aksesoris

Alternatif Jawaban	Alternatif Skor	Jumlah (orang)	Presentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	4	13,3	20
Puas	4	19	63,4	76
Ragu – ragu	3	7	23,3	21
Tidak puas	2	-	-	-
Sangat tidak puas	1	-	-	-
Total		30	100	117

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Tabel 26 menunjukkan bahwa 19 orang (63,4 %) puas, 7 orang (23,3 %) ragu-ragu dan sebanyak 4 orang (13,3 %) sangat puas. Total skor yang diperoleh yaitu 117. Angka indeks kepuasan mengenai daya tahan aksesoris yaitu: $117/150 \times 100 = 78 \%$. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen puas dengan daya tahan aksesoris yang ada pada produk yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten karena tidak mudah lepas.

Rekapitulasi Dimensi Mutu Produk Terhadap Daya Tahan (*Durability*)

Tabel 27 menunjukkan bahwa ada 3 indikator dimensi mutu produk terhadap daya tahan (*durability*) dimana pernyataan 2 mendapat indeks tertinggi yaitu 84 %. Sedangkan pernyataan 1 mendapat indeks 81,3 % dan pernyataan 3 mendapat indeks 78 %.

Tabel 27. Rekapitulasi Jumlah Skor Pengambilan Data, Indeks Kepuasan, dan Interpretasi pada Indikator Dimensi Mutu Produk Terhadap Daya Tahan (*Durability*)

No	Pernyataan	Total Skor	Indeks Kepuasan (%)	Interpretasi
1	Cat warna pada produk BLPT mudah pudar.	122	81,3	Sangat Puas
2	Material yang digunakan tidak mudah rapuh.	126	84	Sangat Puas
3	Aksesoris yang melengkapi produk tahan lama.	117	78	Puas
Total Skor		121,6	81,1	Sangat Puas

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Kemudahan Perbaikan

Produk bermutu baik harus pula memenuhi kemudahan untuk diperbaiki atau dirawat. Dimensi ini merupakan ukuran mudahnya dirawat sehingga produk tersebut dapat beroperasi dengan baik.

Tabel 28. Kemudahan Perbaikan

Alternatif Jawaban	Alternatif Skor	Jumlah (orang)	Presentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	3	10	15
Puas	4	24	80	96
Ragu – ragu	3	3	10	9
Tidak puas	2	-	-	-
Sangat tidak puas	1	-	-	-
Total		30	100	120

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Tabel 28 menunjukkan bahwa sebanyak 24 orang (80 %) puas, sedangkan sebanyak 3 orang (10 %) sangat puas dan ragu-ragu. Total skor yang diperoleh yaitu 120. Angka indeks kepuasan mengenai kemudahan perbaikan yaitu: $120/150 \times 100 = 80 \%$. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen puas dengan kemudahan perbaikan dari produk yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten. Konsumen berpendapat bahwa produk-produk BLPT mudah untuk dirawat dan diperbaiki.

Rekapitulasi Dimensi Mutu Produk Terhadap Kemudahan Perbaikan

Tabel 29 menunjukkan terdapat 1 indikator dimensi mutu produk terhadap kemudahan perbaikan dimana mendapat indeks 80 %.

Tabel 29. Rekapitulasi Jumlah Skor Pengambilan Data, Indeks Kepuasan, dan Interpretasi pada Indikator Dimensi Mutu Produk Terhadap Kemudahan Perbaikan

No	Pernyataan	Total Skor	Indeks Kepuasan (%)	Interpretasi
1	Jika produk yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten rusak mudah untuk diperbaiki.	120	80	Puas

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Keindahan

Penampilan fisik dari suatu produk merupakan salah satu daya tarik untuk menarik perhatian konsumen. Keindahan berkaitan dengan bagaimana produk tersebut dilihat dan dirasakan. Keindahan suatu produk meliputi : tampilan produk, tampilan warna, dan penggunaan material.

Tampilan Produk

Tampilan produk adalah salah satu faktor keindahan suatu produk. Semakin indah suatu produk maka semakin menarik produk tersebut.

Tabel 30. Tampilan Produk

Alternatif Jawaban	Alternatif Skor	Jumlah (orang)	Presentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	7	23,3	35
Puas	4	20	66,7	80
Ragu – ragu	3	3	10	9
Tidak puas	2	-	-	-
Sangat tidak puas	1	-	-	-
Total		30	100	124

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Tabel 30 menunjukkan sebanyak 20 orang (66,7 %) puas, 7 orang (23,3 %) sangat puas dan 3 orang (10 %) masih ragu – ragu. Total skor yang diperoleh yaitu 124. Angka indeks kepuasan mengenai tampilan produk yaitu : $124/150 \times 100 = 82,6 \%$. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen puas dengan tampilan produk yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten. Produk – produk BLPT selalu terlihat menarik dari tampilannya saja produk BLPT sangat rapi dan juga halus.

Tampilan Warna

Warna adalah salah satu elemen yang membuat semakin menariknya sebuah produk.

Dengan adanya warna akan semakin menambah keindahan dari sebuah produk. Selain itu warna juga sangat mempengaruhi konsumen dalam membeli sebuah produk. Ada konsumen yang akan membeli produk hanya karena sebuah warna yang adalah kesukaannya. Berikut ini tanggapan konsumen mengenai tampilan warna dari produk – produk BLPT.

Tabel 31. Tampilan Warna

Alternatif Jawaban	Alternatif Skor	Jumlah (orang)	Presentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	9	30	45
Puas	4	18	60	72
Ragu – ragu	3	3	10	9
Tidak puas	2	-	-	-
Sangat tidak puas	1	-	-	-
Total		30	100	126

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Tabel 31 menunjukkan bahwa sebanyak 18 orang (60 %) puas, 9 orang (30 %) sangat puas dan sebanyak 3 orang (10 %) masih ragu-ragu. Total skor yang diperoleh yaitu 126. Angka indeks kepuasan mengenai tampilan warna yaitu : $126/150 \times 100 = 84 \%$. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen sangat puas dengan tampilan warna dari produk yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten. Konsumen sangat puas karena warna yang digunakan pada produk - produk BLPT Kaaten hanya menggunakan satu variasi warna sehingga semua produk memiliki warna yang sama. Selain itu, semua produk menggunakan vernis sehingga serat kayu kelapa bisa terlihat dengan jelas yang bisa membuat produk tersebut semakin menarik untuk dilihat.

Penggunaan Material

Material yang digunakan dalam membuat suatu produk harus sesuai dengan standarnya. Penggunaan material juga sangat menentukan kualitas produk yang akan dihasilkan. Berikut ini tanggapan konsumen mengenai penggunaan material yang digunakan BLPT Kaaten.

Tabel 32 menunjukkan sebanyak 20 orang (66,7 %) puas, 7 orang (23,3 %) sangat puas dan 3 orang (10 %) masih meragukan mengenai penggunaan material. Total skor yang diperoleh 124. Angka indeks kepuasan yaitu : $124/150 \times 100 = 82,6 \%$. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen

sangat puas dengan penggunaan material yang digunakan oleh BLPT Kaaten menggunakan satu bahan material yaitu pohon kelapa yang sudah tidak produktif lagi dan memiliki kriteria khusus (standar) yang telah ditentukan oleh BLPT Kaaten.

Tabel 32. Penggunaan Material

Alternatif Jawaban	Alternatif Skor	Jumlah (orang)	Presentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	7	23,3	35
Puas	4	20	66,7	80
Ragu – ragu	3	3	10	9
Tidak puas	2	-	-	-
Sangat tidak puas	1	-	-	-
Total		30	100	124

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Rekapitulasi Dimensi Mutu Produk Terhadap Keindahan

Tabel 33 menunjukkan bahwa terdapat 3 indikator dimensi mutu produk terhadap keindahan dimana pernyataan 2 mendapat indeks 84 %, sedangkan pernyataan 1 dan 3 mendapat indeks 82,6 %.

Persepsi terhadap Kualitas

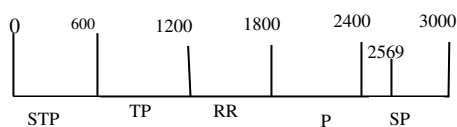
Persepsi terhadap kualitas merupakan kesan kualitas suatu produk yang dirasakan oleh konsumen. Biasanya dimensi ini didasarkan pada citra atau reputasi dari produk tersebut. Tabel 34 menunjukkan bahwa sebanyak 15 orang (50 %) puas, 9 orang (30 %) sangat puas dan sebanyak 6 orang (20 %) masih ragu-ragu. Total skor yang diperoleh yaitu 123. Angka indeks kepuasan mengenai persepsi terhadap kualitas yaitu : $123/150 \times 100 = 82 \%$. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen sangat puas dengan kualitas produk.

Rekapitulasi Dimensi Mutu Produk dari Persepsi Terhadap Kualitas

Tabel 35 menunjukkan bahwa terdapat 1 indikator dimensi mutu produk dari persepsi terhadap kualitas dimana mendapat indeks 82 %.

Rekapitulasi Indeks Persepsi Kepuasan pada Masing-masing Indikator dan Interpretasi Hasil

Penelitian mengukur kepuasan konsumen terhadap dimensi mutu produk yang diterapkan mengambil 20 indikator sebagai tolok ukur dalam penelitian ini, dimana masing-masing terbagi dalam 8 (delapan) bagian yaitu kinerja (*performance*), keistimewaan (*features*), keandalan (*reability*), kesesuaian, daya tahan (*durability*), kemudahan perbaikan, keindahan, dan persepsi terhadap kualitas. Untuk mengetahui letak kepuasan konsumen terhadap dimensi mutu produk maka perlu dihitung jumlah keseluruhan skor pada setiap kriterium, dimana sesuai hasil penelitian ini skor mencapai 2.569. Pada penelitian ini, jumlah skor ideal (skor tertinggi) yaitu 3000 (tinggi) dan jumlah skor terendah yaitu 600 (rendah). Berdasarkan data yang dihimpun dari 20 instrumen pernyataan yang diajukan kepada 30 responden, maka diperoleh total 3000, dengan letak indeks ditentukan berdasarkan skala likert:

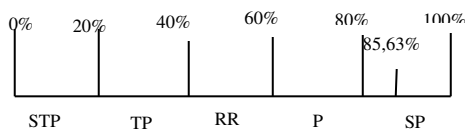


Berdasarkan skala diatas, secara kontinum dapat dilihat bahwa kepuasan konsumen terhadap dimensi mutu produk terletak pada daerah sangat puas. Secara presentase, angka indeks persepsi kepuasan konsumen terhadap dimensi mutu produk yang dihasilkan oleh BLPT terletak pada :

$$\text{Tingkat Kepuasan Konsumen} = \frac{\text{Jumlah Skor Hasil Pengumpulan Data} \times 100\%}{\text{Jumlah Skor Ideal (tertinggi)}}$$

$$\text{Tingkat Kepuasan Konsumen} = \frac{2569}{3000} \times 100\% = 85,63\%$$

Dengan interpretasi nilai:



Berdasarkan hasil analisis menggunakan skala likert, maka dapat diketahui bahwa angka indeks persepsi kepuasan konsumen terhadap dimensi mutu produk BLPT Kaaten berada pada titik 85,63 % dan tergolong sangat puas. Setiap konsumen memiliki sikap, motif, pengalaman masa lalu dan harapan yang berbeda dalam mengkonsumsi produk yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten. Dari hasil

wawancara kepada konsumen menunjukkan bahwa dalam pembelian produk, konsumen memilih produk furniture berdasarkan dimensi mutu dari produk tersebut, yaitu kinerja, keistimewaan, keandalan, kesesuaian, daya tahan, kemudahan perbaikan, keindahan dan persepsi terhadap kualitas. Dari hasil wawancara jenis produk yang paling banyak dibeli yaitu meja makan dan kursi tamu. Hal ini membuktikan bahwa konsumen membeli barang berdasarkan kebutuhan masing – masing. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa responden dalam membeli produk selain berdasarkan kualitas (mutu) dari produk, sebagian responden juga mempertimbangkan harga dari produk tersebut. Target atau objek dari penelitian ini yaitu konsumen yang membeli produk yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten. Konsumen pada saat membeli produk – produk di BLPT mengaku tidak keberatan membayar mahal jika sepadan dengan mutu (kualitas) dari produk tersebut. Hasil penelitian diperoleh bahwa secara keseluruhan persepsi kepuasan konsumen terhadap dimensi mutu produk adalah sangat puas, artinya konsumen produk furniture BLPT Kaaten menyadari akan keunggulan dari produk yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten dalam hal kualitas. Namun ada beberapa alasan yang menghambat konsumen untuk membeli produk di BLPT antara lain: Harga produk yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten cenderung lebih mahal dibandingkan dengan produk furniture yang dihasilkan oleh perusahaan furniture lainnya, sehingga perilaku konsumen yang cenderung lebih memilih produk yang lebih murah, meskipun sebagian besar konsumen merasa bahwa harga produk di BLPT masih bisa dijangkau.

1. Lokasi yang jauh dari keramaian sehingga membuat konsumen kurang bisa menjangkau lokasi BLPT.
2. Walaupun konsumen sudah menyadari keunggulan dari produk – produk yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten, namun konsumen juga akan membeli produk berdasarkan kebutuhannya. Artinya konsumen hanya akan membeli produk yang belum ada pada konsumen.

Tabel 33. Rekapitulasi Jumlah Skor Pengambilan Data, Indeks Kepuasan, dan Interpretasi pada Indikator Dimensi Mutu Produk Terhadap Keindahan

No	Pernyataan	Total Skor	Indeks Kepuasan (%)	Interpretasi
1	Tampilan produk BLPT menarik	124	82,6	Sangat Puas
2	Produk yang dihasilkan BLPT memiliki warna yang khas.	126	84	Sangat Puas
3	Semua produk yang dihasilkan menggunakan satu bahan material yaitu pohon kelapa.	124	82,6	Sangat Puas
Total Skor		124,6	83	Sangat Puas

Tabel 34. Persepsi terhadap kualitas

Alternatif Jawaban	Alternatif Skor	Jumlah (orang)	Presentase (%)	Total Skor
Sangat Puas	5	9	30	45
Puas	4	15	50	60
Ragu – ragu	3	6	20	18
Tidak puas	2	-	-	-
Sangat tidak puas	1	-	-	-
Total		30	100	123

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Tabel 35. Rekapitulasi Jumlah Skor Pengambilan Data, Indeks Kepuasan, dan Interpretasi pada Indikator Dimensi Mutu Produk dari Persepsi Terhadap Kualitas

No	Pernyataan	Total Skor	Indeks Kepuasan (%)	Interpretasi
1	Produk BLPT sudah sangat populer dikalangan masyarakat karena kualitasnya dibandingkan dengan produk furniture lainnya.	123	82	Sangat Puas

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Tabel 36. Rekapitulasi Total Skor, Indeks Kepuasan dan Interpretasi Nilai

No	Pernyataan	Total Skor	Indeks Kepuasan (%)	Interpretasi
1	Kinerja (<i>Performance</i>)			
	a. Kerapihan	124	82,6	Sangat Puas
	b. Kehalusan	126	84	Sangat Puas
	c. Kekuatan	126	84	Sangat Puas
	Total skor kinerja	125,3	83,5	Sangat Puas
2	Keistimewaan (<i>Features</i>)			
	a. Desain produk	121	80,6	Sangat Puas
	b. Kelengkapan aksesoris	108	72	Puas
	c. Keseragaman warna	122	81,3	Sangat Puas
	d. Keseragaman ukuran	108	72	Puas
	Total skor keistimewaan	114,7	76,47	Puas
3	Keandalan (<i>Reability</i>)			
	a. Kemampuan produk	125	83,3	Sangat Puas
	b. Keamanan produk	125	83,3	Sangat Puas
	Total skor keandalan	125	83,3	Sangat Puas
4	Kesesuaian			
	a. Kesesuaian desain	126	84	Sangat Puas
	b. Kesesuaian ukuran	125	83,3	Sangat Puas
	c. Kesesuaian bahan material	126	84	Sangat Puas
	Total skor kesesuaian	125,6	83,7	Sangat Puas
5	Daya tahan (<i>Durability</i>)			
	a. Daya tahan cat warna	122	81,3	Sangat Puas
	b. Daya tahan material	126	84	Sangat Puas
	c. Daya tahan aksesoris	117	78	Puas
	Total skor daya tahan	121,6	81,1	Sangat Puas
6	Kemudahan perbaikan	120	80	Sangat Puas
7	Keindahan			
	a. Tampilan produk	124	82,6	Sangat Puas
	b. Tampilan warna	126	84	Sangat Puas
	c. Penggunaan material	124	82,6	Sangat Puas
	Total skor keindahan	124,6	83	Sangat Puas
8	Persepsi terhadap kualitas	123	82	Sangat Puas

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kepuasan konsumen terhadap dimensi mutu produk BLPT Kaaten Tomohon dari segi kinerja, keistimewaan, keandalan, kesesuaian, daya tahan, kemudahan perbaikan, keindahan dan persepsi terhadap kualitas mencapai total skor pengambilan data 2.569 yang menunjukkan angka indeks kepuasan konsumen sebesar 85,63 % dan tergolong sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen dari produk – produk yang dihasilkan oleh BLPT sangat puas dengan mutu (kualitas) dari produk- produk furniture yang dihasilkan BLPT Kaaten yang dilihat dari dimensi mutu produk. Walaupun ada sebagian konsumen yang masih belum terlalu puas dikarenakan berbagai faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen tersebut.

Saran

Untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap dimensi mutu produk yang dihasilkan oleh BLPT Kaaten Tomohon, pihak BLPT harus memperhatikan dan meningkatkan keseluruhan dimensi mutu produk yaitu kinerja, keistimewaan, keandalan, kesesuaian, daya tahan, kemudahan perbaikan, keindahan dan persepsi terhadap kualitas sesuai dengan harapan dan keinginan dari konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin. 2009. Manajemen Mutu Terpadu dalam Penerapan Sistem Manajemen Mutu ISO 9001 : 2000 di BLPT Yogyakarta. Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta .
- Assauri, Sofyan. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajagrafindo.
- Budi. 2011. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan, reputasi merek dan Loyalitas Konsumen Jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul. Skripsi Program studi manajemen Institut Bisnis & Informatika Indonesia (IBII).
- Dale. B. G. 2003. Developing, Introducing dan Sustaining TQM.<http://www.blackwellpublishing.com>) diakses November 2016.
- Cannon, dkk. 2008. Pemasaran Dasar Buku 1 edisi 16. Jakarta : Salemba Empat.
- _____. 2005. Manajemen Kualitas. PT. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.
- _____. 2009. Total Quality Management. Cetakan kelima. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- _____. 2010. Principle of Marketing. Edisi 13. United States of America : Pearson.
- Kotler, P. 2003. Marketing Management. Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat.
- _____. 2005. Manajemen Pemasaran di Indonesia . Buku 2. Jakarta : Salemba Empat.
- _____. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga.
- Musran. 2010. Praktik Total Quality Management & Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan. Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Vol 12. No 2 185 – 194.
- Raymond Mc Leod. 2001. Sistem Informasi Manajemen. Jilid 1. Jakarta Prenhalindo.
- Simamora. B. 2004. Riset Pemasaran. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar. 2013. Statistik Parametrik untuk Penelitian Kualitatif. Jakarta : Bumi Aksara.
- Suwendra. 2014. Manajemen Kualitas Total. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Tangkulung, 2015. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Organik Di Hypermart Manado. Skripsi Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi.
- Wishnu Perdana. 2013. Analisa Manajemen Kualitas dengan Metode TQM Berbasis Deming Prize di CV. EMWE Rona Jaya. Skripsi Jurusan Teknik Industri Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Jatim.