

## BAB II Tinjauan Pustaka

### 2.1 Konsep Dasar QFD (Quality Function Deployment).

Konsep *Quality Function Deployment* merupakan alat untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan. Tujuannya adalah menjamin bahwa produk yang dihasilkan dapat memenuhi tingkat kualitas yang memuaskan pelanggan. Salah satu bentuk penilaian kinerja industri adalah penilaian terhadap *Quality Function Deployment* (QFD). Sulistyawati (2005:86) mengungkapkan bahwa penelitian menggunakan QFD mampu mengungkap kesenjangan kualitas produk dan layanan dengan fakta yang diterima pelanggan sehingga perlu dilakukan tindakan teknis peningkatan sumber daya manusia dan manajemen.

Metode QFD bertujuan untuk pengembangan produk yang dapat memuaskan konsumen dengan menerjemahkan keinginan konsumen ke dalam karakteristik mutu yang menjadi sasaran desain dan elemen pengendalian mutu untuk digunakan diseluruh proses produksi. Kemampuan menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen merupakan faktor kunci yang harus dimiliki oleh perusahaan untuk dapat menghasilkan produk yang berdaya saing tinggi.

### 2.2 Quality Function Deployment (QFD)

*Quality Function Deployment* (QFD) merupakan suatu metode yang digunakan untuk menentukan prioritas kebutuhan dan keinginan konsumen serta mengelompokkannya. QFD dapat digunakan baik pada perusahaan yang menawarkan produk ataupun jasa bagi konsumen. Berikut ini beberapa definisi QFD :

- a) Menurut Wahyudi (2002:2) QFD adalah suatu alat untuk mendesain dan mengembangkan produk baru yang mampu mengintegrasikan kualitas kedalam desain, memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen (*customer needs and wants*) yang diterjemahkan kedalam *technical requirements*. Pada proses desain dan pengembangan produk, QFD digunakan pada tahap evaluasi konsep-konsep produk.
- b) Cohen L. (1995:11) memberikan pengertian *Quality Function Deployment* sebagai berikut : “ *Quality Function Deployment* adalah metode struktur yang digunakan

dalam proses perencanaan dan pengembangan produk untuk menetapkan spesifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta mengevaluasi dengan sistematis kapabilitas suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan”.

- c) Aplikasi *Quality Function Deployment* dibatasi oleh imajinasi seseorang. Tujuan dasar QFD adalah untuk “menyebarkan” suara pelanggan (*Voice of Customer*) ke dalam desain produk, sehingga pengusaha mampu mengevaluasi respon potensial dalam menghadapi kebutuhan pelanggan yang sangat universal. Hal ini penting karena hampir semua organisasi (bisnis) menghadapi persaingan, misalnya dengan adanya perubahan harga, pengenalan produk baru, ataupun perubahan organisasi perusahaan sejenis. Perubahan-perubahan tersebut membentuk persaingan yang dapat berpengaruh baik maupun buruk bagi suatu organisasi. (*Cohen,1995:2*)
- d) QFD adalah suatu metodologi untuk menterjemahkan kebutuhan dan keinginan konsumen kedalam suatu rancangan produk yang memiliki persyaratan teknis dan karakteristik kualitas tertentu (*Akao,1990:8*)
- e) QFD adalah sebuah system pengembangan produk yang dimulai dari merancang produk, proses manufaktur, sampai produk tersebut ke tangan konsumen, dimana pengembangan produk berdasarkan keinginan konsumen (*Djati,2003:8*)

QFD bukan merupakan suatu pemecahan masalah (*problem solving*) dan bukan pula tim yang bermaksud mencari kesukaran-kesukaran terhadap pemecahan suatu masalah, melainkan mencari peluang-peluang (*opportunities*) yang dapat dikembangkan secara efektif untuk memenuhi kepuasan pelanggan (*Dale, 1994*)

Pelaksanaan QFD pada dasarnya terdiri dari tiga tahapan, dimana semua kegiatan pada masing-masing tahapan dapat diterapkan seperti pada sebuah proyek dengan melakukan tahap perencanaan terlebih dahulu. Ketiga tahapan yang dilalui tersebut adalah (*Cohen, 1995:14*):

1. Pengumpulan *Voice of Customer*

Pengumpulan *Voice of Customer* dilakukan dengan survey yang ditulis sebagai atribut dari produk atau jasa. Atribut ini biasanya disebut data pelanggan secara kualitatif dan informasi numerik tiap atribut sebagai data kuantitatif. Data Kualitatif secara umum diperoleh dari pembicara dan observasi langsung dengan konsumen. Sedangkan data kuantitatif diperoleh dari survey atau penarikan suara.

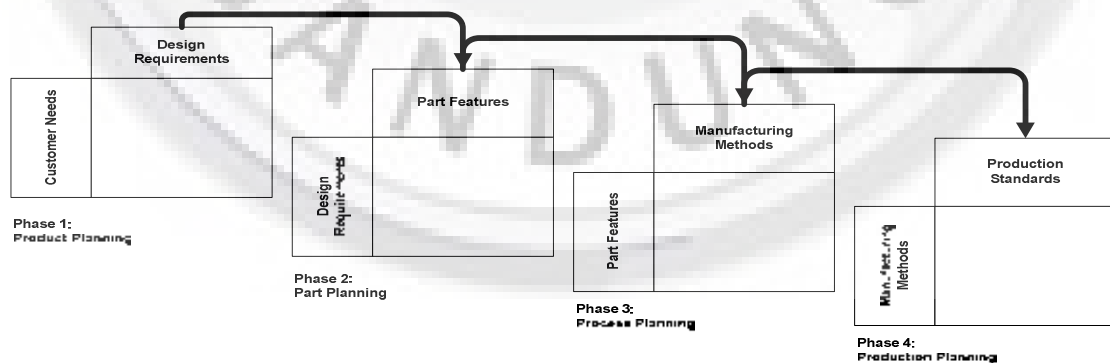
2. Penyusunan *House of Quality*

Penerapan metode QFD dalam proses perencanaan produk atau jasa diawali dengan pembentukan matriks perencanaan produk atau sering disebut dengan *House of Quality*.

3. Analisis dan Implementasi

Tahap ini dilakukan proses memasukkan data yang telah didapat kedalam *House of Quality* yang kemudian di analisis agar nantinya dapat diimplementasikan dengan baik.

Menurut Kannan (2008) membagi system QFD menjadi empat tahapan, yaitu tahap perencanaan produk, dikenal sebagai rumah kualitas (HOQ); bagian fase perencanaan, tahap perencanaan proses dan produksi serta tahap perencanaan operasi. Setiap fase diwujudkan oleh matriks yang terdiri dari satu set input (disebut ‘whats’ dalam HOQ) dan output (dikenal sebagai ‘hows’ di HOQ). Untuk lebih jelasnya empat fase QFD dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Empat Fase QFD (Kannan, 2008)

Menurut Wijaya, T. 2011 manfaat yang dapat diperoleh dari penerapan QFD yaitu : *Customer-focused* yakni mendapatkan input dan umpan balik dari pelanggan mengenai kebutuhan pelanggan dan harapan pelanggan.

- a) *Time-efficient*, yaitu mengurangi waktu pengembangan produk. Dengan penerapan QFD maka program pengembangan produk akan memfokuskan pada kebutuhan dan harapan pelanggan
- b) *Time-oriented*. QFD menggunakan pendekatan yang berorientasi pada kelompok. Semua keputusan didasarkan pada consensus dan keterlibatan semua orang dalam diskusi dan pengambilan keputusan dengan teknik *brainstorming*.
- c) *Documentation-oriented*. QFD menggunakan data dan dokumentasi yang berisi semua proses dan seluruh kebutuhan dan harapan pelanggan. Data dan dokumentasi ini digunakan sebagai informasi mengenai kebutuhan dan harapan pelanggan yang selalu diperbaiki dari waktu ke waktu.

### **2.3 Quality Function Deployment (QFD) - The House Of Quality**

*House Of Quality* adalah suatu *framework* atas pendekatan dalam mendesain manajemen yang lebih dikenal sebagai *Quality Function Deployment (QFD)*. Konsep *House Of Quality*, intinya bersumber dari sebuah tabel kualitas, dan telah berhasil digunakan oleh industri-industri manufaktur seperti : industri barang elektronik, peralatan rumah tangga, yang kesemuanya itu banyak terdapat di Jepang.

*House of Quality* diperlukan variabel-variabel yang mampu menggambarkan tingkat kualitas produk/jasa yang dihasilkan perusahaan saat ini dan tingkat kualitas yang sebenarnya diinginkan pelanggan, meliputi karakteristik keinginan konsumen, karakteristik kualitas yang diberikan perusahaan, dan karakteristik kualitas yang diberikan kompetitor. Informasi tentang variabel-variabel tersebut diperoleh dengan cara menyebarkan daftar isian (kuesioner) kepada responden yang berada di wilayah penelitian.

*House Of Quality*, memperlihatkan struktur untuk mendesain dan membentuk suatu siklus, dan bentuknya menyerupai sebuah rumah. Kunci dalam membangun HOQ adalah difokuskan pada kebutuhan pelanggan, sehingga proses desain dan pengembangannya lebih

sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan dan disesuaikan dengan teknologi dan inovasi. Hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan informasi yang penting dari pelanggan.

HOQ merupakan sentral/dasar dalam membuat QFD dan merupakan matrik yang sangat kompleks karena terdiri atas beberapa matriks. Menurut *Cohen (1995:2)* bagian pertama HOQ adalah kebutuhan dan keinginan pelanggan). Kebanyakan tim pengembang mengumpulkan “suara pelanggan” (*Voice of Customer*) melalui interview/wawancara dan kemudian disusun secara hirarki. Karena bahasa setiap pelanggan umumnya berbeda, maka pengembang harus mampu memilih, mengklasifikasi, sehingga diperoleh bahasa pelanggan yang terstruktur dan dapat digunakan dalam QFD. Transformasi bahasa tersebut dilakukan secara bertingkat hingga akhirnya dihasilkan bahasa yang benar-benar mampu mewakili hati nurani pelanggan. Klasifikasi kebutuhan pelanggan ke dalam kategori bertujuan untuk membantu tim pengembang dalam membuat keputusan.

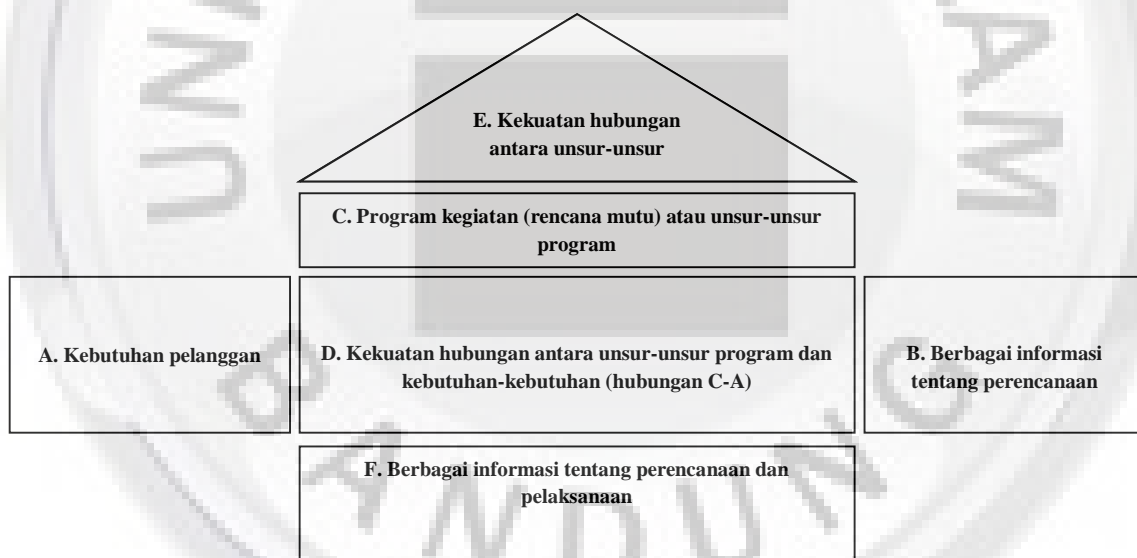
Tahap penyusunan *house of quality* menurut (*Cohen, 1995*) tahap-tahap dalam menyusun rumah kualitas adalah sebagai berikut:

- Tahap I Matrik Kebutuhan Pelanggan, tahap ini meliputi: 1) Memutuskan siapa pelanggan, 2) Mengumpulkan data kualitatif berupa keinginan dan kebutuhan konsumen, 3) Menyusun keinginan dan kebutuhan tersebut, dan 4) Pembuatan diagram afinitas.
- Tahap II Matrik Perencanaan, tahap ini bertujuan untuk mengukur kebutuhan-kebutuhan pelanggan dan menetapkan tujuan-tujuan performansi kepuasan.
- Tahap III Respon Teknis, pada tahap ini dilakukan transformasi dari kebutuhan-kebutuhan konsumen yang bersifat non teknis menjadi data yang bersifat teknis guna memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut.
- Tahap IV Menentukan Hubungan Respon Teknis dengan Kebutuhan Konsumen. Tahap ini menentukan seberapa kuat hubungan antara respon teknis (tahap 3) dengan kebutuhan-kebutuhan pelanggan (tahap 1).
- Tahap V Korelasi Teknis, tahap ini memetakan hubungan dan kepentingan antara karakteristik kualitas pengganti atau respon teknis. Sehingga dapat dilihat apabila

suatu respon teknis yang satu dipengaruhi atau mempengaruhi respon teknis lainnya dalam proses produksi, dan dapat diusahakan agar tidak terjadi bottleneck.

- Tahap IV *Benchmarking* dan Penetapan Target, pada tahap ini perusahaan perlu menentukan respon teknis mana yang ingin dikonsentrasikan dan bagaimana jika dibandingkan oleh produk sejenis.

Proses dalam QFD dilaksanakan dengan menyusun satu atau lebih matriks yang disebut rumah kualitas. Matriks yang disebut rumah kualitas dapat dilihat Gambar 2.1. Pada dasarnya rumah mutu adalah rangkaian lembar-lembar matriks yang jumlahnya dapat berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan (Tampubolon, 2001) dalam Saidani dan Arifin, Analisis *Quality Function Deployment* (QFD) pada manajemen kurikulum berbasis kompetensi terhadap penggunaan multimedia.



Gambar 2.2 *House of Quality* (Rumah Kualitas)

Sumber: Tampubolon, 2001 dalam Saidani dan Arifin.


**Penjelasan:**


- Lembar A  
Pada lembar ini dicantumkan kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan, sesuai dengan urutan prioritas (signifikansi).


- Lembar B  
Berbagai informasi penting tentang perencanaan dicantumkan pada lembar ini, bila dirasa perlu.

- Lembar C  
Pada lembar ini dicantumkan rencana mutu yang telah disusun, merupakan terjemahan dari kebutuhan-kebutuhan pelanggan (Lembar A).

- Lembar D  
Lembar ini berisi indikator kekuatan hubungan (KH) antara setiap unsur rencana mutu atau program kegiatan (C) dengan setiap kebutuhan (A). Indikator dimaksud dilambangkan dan dinilai sebagai berikut:

 = tinggi = 9

 = sedang = 3

 = rendah = 1

Jika tidak ada hubungan, tidak ditandai. Yang menentukan KH adalah yang ahli dalam bidang bersangkutan dan yang membuat rencana mutu. Dalam hal barang, KH dapat dihitung secara matematis. Tapi dalam hal jasa, perhitungan hanya bersifat kualitatif karena merupakan perilaku manusia. Nilai angka yang diberikan hanya berupa indikator.

- Lembar E  
Pada lembar ini dicantumkan indikator kekuatan hubungan antara unsur-unsur rencana mutu (program kegiatan). Kekuatan hubungan itu menyangkut derajat saling mendukung antara satu unsur dan unsur lainnya. Sebagaimana KH, kekuatan hubungan unsur juga ditentukan oleh yang ahli dalam bidang bersangkutan.

- Lembar F  
Lembar ini berisi berbagai informasi tentang perencanaan, khususnya tentang program kegiatan (rencana mutu), juga tentang pelaksanaan, terutama evaluasi.

## 2.4 Pengertian Kualitas

Pemahaman konsep kualitas sangat penting dalam pengembangan aktivitas perusahaan sebab pertumbuhan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh kualitas produk atau jasa yang dihasilkannya. Ketidakpedulian terhadap kualitas akan menyebabkan terjadinya kehilangan peluang menjual produk dan pangsa pasar, yang pada akhirnya menyebabkan penurunan terhadap aktivitas dan pertumbuhan perusahaan.

Ada pendapat lain dari definisi kualitas, seperti yang dianut di seluruh dunia yaitu definisi dari *American Society For Quality Control* (Kotler, 1999) menyatakan bahwa : “Kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat.”

### 2.4.1 Kualitas Produk

Kualitas produk sangat menentukan posisi perusahaan di mata konsumen. Oleh sebab itu konsep kualitas harus dimengerti secara tepat oleh perusahaan. Secara umum kualitas dapat diartikan sebagai kemampuan produk dalam melaksanakan fungsinya sesuai kebutuhan konsumen.

Tujuan akhir dilakukannya penjagaan kualitas produk adalah untuk mencapai kepuasan konsumen secara maksimal maka produk yang di ciptakan akan dapat terlihat unggul dimata konsumen. Dalam sejarah perkembangan kualitas, di mana yang terakhir menghasilkan konsep *Total Quality Control* (TQC), maka tanggung jawab terhadap kualitas dibebankan pada seluruh departemen. Sejak departemen hulu yang mengurus tentang desain produk sampai departemen hilir yang berhubungan dengan konsumen secara langsung akan bertanggung jawab terhadap kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Menurut Kotler and Armstrong (2012:283) arti dari kualitas produk adalah “*the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*” yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk



keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

#### **2.4.2 Dimensi Kualitas Produk**

Dimensi kualitas produk menurut Mullins and Jhon. W (2005:422) terdiri dari : *Performance* (kinerja) yaitu berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk. *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama umur produk bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana produk memenuhi spesifikasi atau tidak ditemukannya cacat pada produk. *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau ketertarikan konsumen terhadap produk. *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk. *Perceived quality* (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.

#### **2.5 Kepuasan Pelanggan**

Menurut hal yang diungkapkan Zeithaml & Bitner (2008:110) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual jasa. Sementara menurut Dutka (dalam Melinda, 2008:11) terdapat tiga dimensi dalam mengukur kepuasan pelanggan secara universal yaitu 1). *Attributes related to product* yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari produk seperti penetapan nilai yang didapatkan dengan harga, kemampuan produk menentukan kepuasan, benefit dari produk tersebut. 2). *Attributes related to service* yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari pelayanan misalnya dengan garansi yang dijanjikan, proses pemenuhan pelayanan atau pengiriman, dan proses penyelesaian masalah yang diberikan. 3). *Attributes related to purchase* yaitu dimensi kepuasan yang

berkaitan dengan atribut dari keputusan untuk membeli atau tidaknya dari produsen seperti kemudahan mendapat informasi, kesopanan karyawan dan juga pengaruh reputasi perusahaan.

## 2.6 Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan atau pernyataan pada kuisisioner yang harus dihilangkan atau diganti karena dianggap tidak relevan. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu *item* dalam kuisisioner, apakah *item* pada kuisisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Dalam rangka mengetahui uji validitas, dapat digunakan korelasi *bivariate pearson* atau *product moment* jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka instrumen atau *item* pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka instrumen atau *item* pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Data yang telah terkumpul dari hasil kuesioner terlebih dahulu harus diuji, teknik pengujian yang digunakan salah satunya teknik uji validitas. Uji validitas adalah untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut memiliki taraf kesesuaian atau ketepatan dalam melakukan pengukuran. Langkah yang harus ditempuh dalam melakukan uji validitas antara lain sebagai berikut :

1. Mendefinisikan secara operasional konsep yang digunakan dalam penelitian sebagaimana diketahui bahwa konsep itu memiliki konstruk dimana konstruk tersebut harus dicari, salah satu diantaranya yaitu dengan mencari definisi dan rumusan tentang konsep yang akan diukur.
2. Memasukkan data ke dalam tabulasi kemudian menghitung korelasi masing-masing item dalam skor total, yaitu dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*. Salah satu cara untuk menghitung validitas suatu alat test yaitu dengan melihat daya pembeda item *discriminality* (korelasi pearson *Product Moment* dan “korelasi item-total”).

## 2.7 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen, dalam hal ini kuisisioner, dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama. Uji reliabilitas untuk alternatif jawaban lebih dari dua menggunakan uji *cronbach's alpha*, yang nilainya akan dibandingkan dengan nilai koefisien reliabilitas minimal yang dapat diterima. Reliabilitas kurang dari 0.6 adalah kurang baik, sedangkan 0.7 dapat diterima, dan lebih dari 0.8 adalah baik. Jika nilai *cronbach's alpha* > 0.6, maka instrumen penelitian reliabel. Jika nilai *cronbach's alpha* < 0.6, maka instrumen penelitian tidak reliabel.

## 2.8 Kuesioner

Kuesioner adalah suatu alat yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi yang selanjutnya data dan informasi tersebut dapat diolah dan melanjutkan penelitian. Pembuatan kuesioner perlu memperhatikan masalah-masalah yang sering timbul. Berikut bagaimana sebaiknya kuesioner yang dapat mungkin memenuhi syarat sebagai berikut :

### 1. Jelas

- Pada umumnya masalah yang timbul menyangkut penggunaan kata-kata yang tepat supaya responden memahami benar pertanyaan yang diajukan. Ada kalanya hanya karena satu kata yang ganjil maka jawabannya berbeda dan jauh dari yang diharapkan.
- Penggabungan beberapa pertanyaan ke dalam satu pertanyaan
- Jangan sampai terdapat pertanyaan yang mengacu ke jawaban sebelumnya tetapi tanpa menyebutkan secara jelas yang mana. Oleh karena itu sebaiknya pertanyaan-pertanyaan yang merefer ke jawaban sebelumnya perlu dicantumkan
- Pertanyaan yang terlalu luas batasannya, misalnya : Beberapa kali Saudara melakukan supervisi dalam rangka kegiatan program pemberantasan DBD di Puskesmas ? Di sini batasan waktu terlalu luas, mungkin setahun yang lalu atau bahkan 3 bulan yang lalu. Sebaiknya diberikan batasan waktu misalnya : Dalam

3 bulan terakhir ini Saudara berapa kali melakukan supervise dalam rangka program pemberantasan DBD di Puskesmas ?

2. Membantu ingatan responden. Pertanyaan harus dibuat sedemikian rupa sehingga memudahkan responden untuk mengingat kembali hal-hal yang diperlukan untuk menjawab suatu pertanyaan.
3. Membuat responden bersedia untuk menjawab.
4. Menghindari bias. Kadang-kadang responden mengetahui jawaban yang sebenarnya dari suatu pertanyaan tetapi dia menolak atau memberi jawaban yang lain.
5. Mudah mengutarakan. Dalam banyak hal responden mengetahui jawabannya hanya saja mengalami kesulitan dalam mengutarakan. Dengan bantuan gambar atau rangking kala, responden cukup hanya menunjuk jawaban mana yang dimaksud dari pada harus menerangkan dengan kata-kata yang sulit.
6. Dapat menyaring responden. Penting sekali langkah untuk menyaring responden sebab kalau tidak pertanyaan-pertanyaan tertentu mungkin tidak bias dijawab karena ditanyakan ke responden yang salah.

Macam pertanyaan sangat bergantung pada informasi/data yang diinginkan dan responden dan juga perlu dipikirkan bagaimana nanti pengolahannya.

1. *Free response*

Jenis pertanyaan ini jawabannya tidak terbatas dan terserah kepada responden. Biasanya jenis pertanyaan ini digunakan untuk mengenai opini, persepsi atau motif tertentu dan responden.

2. *Directed response.*

Berbeda sedikit dengan *free response*, jenis pertanyaan ini sudah sedikit diarahkan, tidak terlalu luas

3. *Multiple choice.*

Jenis pertanyaan ini jawabannya sudah disediakan dan responden tinggal memilih satu jawaban yang sesuai dengan opininya.

4. *Check list.*

Bentuk ini adalah modifikasi dari *multiplechoice*. Di sini kita diberi kebebasan untuk memilih jawaban sebanyak mungkin.

5. *Ranking Question*.

Untuk pertanyaan semacam ini responden diminta untuk mengurutkan jawaban-jawaban yang tersedia sesuai dengan pendapat responden.

6. *Dichotomous Question*.

Di sini responden hanya diberikan kebebasan untuk memilih satu jawaban saja dari dua jawaban yang sudah disediakan. Jenis pertanyaan ini banyak menggunakan "Ya dan Tidak".

7. *Open End Question*.

Jenis pertanyaan semacam ini banyak digunakan dalam kualitatif *research*. Biasanya pertanyaan dimulai dengan salah satu subject dan atas dasar jawaban responden maka dilanjutkan dengan pertanyaan yang disusun sebagai kelanjutan dari jawaban tersebut.

### **2.8.1 Prosedur Menyiapkan Kuesioner**

Dalam menyiapkan kuesioner diperlukan urutan-urutan pembuatannya secara sistematis dan baik. Beberapa step atau langkah dalam pembuatan kuesioner adalah sebagai berikut:

1. Dalam perencanaan harus sudah ditentukan informasi/data apa yang diperlukan dan dari sumber mana data tersebut akan diperoleh.
2. Informasi/data yang ingin diperoleh dari sumber tersebut harus di daftar mulai dari data pokok yang diperlukan dan seterusnya. Umumnya tidak semua data/informasi yang di daftar akhirnya benar-benar diperlukan. Oleh sebab itu data/informasi yang tidak penting perlu dihilangkan. Hal tersebut harus didasarkan pada kerangka pemikiran semula. Model atau kerangka dasar pemikiran akan mengarahkan pemikiran kita ke arah hipotesis. Berdasarkan

model atau hipotesis kita akan dapat menentukan data apa yang kita perlukan/perlu kita tanyakan.

3. Berikutnya kita mencoba menempatkan diri kita dalam posisi orang-orang yang akan memberikan tersebut. Apakah dalam posisi tersebut kita mampu memberikan informasi. Hal-hal apa yang kira-kira dapat atau sulit untuk dijawab.
4. Berikutnya adalah menentukan urutan topik. Topik mana yang paling baik sebagai pembuka wawancara dan mana yang baik sebagai penutup dan lain sebagainya. Dalam hal ini bila perlu dapat ditentukan pertanyaan- pertanyaan tertentu untuk tidak ditanyakan pada kelompok responden tertentu dan lain sebagainya.
5. Topik-topik/item-itemnya perlu diurutkan, kemudian baru kita tentukan tipe pertanyaan apa yang harus kita gunakan untuk memperoleh informasi/ data yang kita kehendaki. Apakah *multiple choice*, *free response*, *check list* dan lainnya.
6. Setelah menentukan kira-kira pertanyaan apa yang akan digunakan, barulah kita tuliskan susunan kata-kata untuk tiap pertanyaan. Pertanyaan- pertanyaan ini harus ditulis dengan jelas agar mudah diketahui apakah pertanyaan- pertanyaan tersebut terdiri dari satu elemen atau lebih serta hubungannya dengan pertanyaan-pertanyaan sebelumnya. Penulisan pertanyaan ini biasanya diperbaiki berkali-kali agar baik susunan kata-katanya maupun urutan pertanyaan dan benar-benar telah sesuai dengan tujuan dari survainya.
7. Setelah penulisan pertanyaan selesai, tentukan formatnya. Sediakan ruangan yang cukup untuk jawabannya. Kalau ada pertanyaan *multiple choice* ataupun *check list* harus sudah disiapkan kemungkinan jawaban- jawabannya.
8. Format kuesioner sudah selesai termasuk di dalamnya pertanyaan-pertanyaan yang telah tersusun dan jawaban yang diperlukan, tetapi kemungkinan masih terdapat kejanggalan-kejanggalan baik kata-katanya maupun susunannya. Oleh

karena itu setelah format tersebut selesai, kita teliti kembali dan kalau perlu diperbaiki lagi.

9. Kalau sudah yakin semuanya benar dan sesuai dengan yang kita maksud tempatkan kembali diri kita sebagai responden. Dapatkah kita menjawab semua pertanyaan tersebut dan hitunglah waktu yang diperlukan. Kalau ternyata waktu yang diperlukan terlalu lama perlu dipikirkan kembali apakah ada hal/pertanyaan yang dapat dihilangkan.
10. Berikutnya adalah menempatkan diri kita sebagai *interviewer*. Apakah pertanyaan-pertanyaan tersebut sudah baik dan mudah ditanyakan. Apakah bahasanya wajar. Apakah mudah dibaca dan mudah untuk menuliskan jawabannya.
11. Sampai dengan langkah ini semua pekerjaan dilakukan oleh yang berkepentingan ataupun instansi. Mungkin menurut pendapat kita semuanya sudah baik tetapi adalah pendapat yang keliru kalau kita berhenti di sini dan puas dengan yang telah kita capai.
12. Agar kuesioner lebih baik lagi perlu dimintakan pendapat/saran dari pihak yang banyak tahu tentang topik/ masalah yang hendak kita survai/teliti.
13. Kuesioner kemudian diuji coba di lapangan dengan beberapa responden (*pretest*) untuk mengetahui apakah mudah digunakan di lapangan atau tidak. Uji coba ini penting untuk penyempurnaan.

## 2.9 Sepatu

Sepatu adalah alat untuk menutupi atau sebagai alas kaki yang terbuat dari kulit maupun kain. Jenis-jenis sepatu wanita adalah sebagai berikut :

1. *Platform* : sepatu platform memiliki ciri sol yang tebal dibagian depan sepatu. Pengguna sepatu platform akan terlihat lebih ramping, tinggi dan tidak mudah lelah karena desain sol depan yang lebih tebal.



Gambar 2.3Sepatu *Platform*

2. Peep-Toe : memiliki ujung sepatu terbuka yang memperlihatkan sedikit jari kaki, biasanya menunjukkan jari telunjuk kaki. Bagian belakang sepatu ini tertutup sehingga dapat digunakan untuk acara-acara resmi maupun santai.



Gambar 2.4Peep-Toe

3. Boots : sepatu yang awalnya hanya digunakan untuk musim dingin ini, kini banyak juga dipakai para fashionista khususnya di Indonesia. Sepatu model tertutup ini sudah banyak macamnya mulai dari boots setinggi pergelangan kaki, sebetis, bahkan kini juga dibuat sampai setinggi lutut.



Gambar 2.5Sepatu Boots

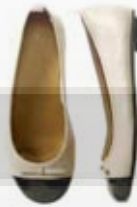
4. *Pump Shoes* : sepatu hak tinggi jenis tertutup semua sisi kaki. Ciri dari sepatu pump ini adalah bagian depan yang membulat dan biasanya menggunakan hak model stiletto. Model pump ini akan memberikan kesan langsing dan feminine. Gunakan sepatu model ini dengan rok mini atau skinnya jeans untuk tampil yang casual.





Gambar 2.6Sepatu *Pump Shoes*

5. *Ballet Flat Shoes* : sepatu ini terinspirasi dari model sepatu ballet yang feminim, cocok digunakan untuk segala acara, baik itu ke kampus, mall, atau ke kantor.



Gambar 2.7Sepatu *Ballet Flat Shoes*

6. *Loafers* : untuk member kesan rapih namun santai, model loafers adalah pilihan yang tepat. Gunakan dengan jeans favorit atau celana panjang yang digulung di bagian bawah untuk member kesan kasual.



Gambar 2.8Sepatu *Loafers*

7. Sepatu Stiletto : jenis sepatu dengan bagian depan runcing dan hak yang tipis. Sepatu ini dapat digunakan ke acara-acara formal seperti ke pesta untuk memberi kesan feminim dan seksi pada penampilan. Namun penggunaan yang terlalu lama akan berpengaruh pada kesehatan yakni mengakibatkan nyeri pada bagian pinggang.



Gambar 2.9Sepatu Stiletto

8. Sepatu Oxford : sepatu ini digunakan saat bergaya maskulin namun tetap terlihat feminine dan bergaya. Sepatu ini terinspirasi dari model sepatu kerja pria.



Gambar 2.10Sepatu Oxford

9. Wedges : sepatu ini memiliki tinggi hak yang rata dari depan sampai belakang dan menyatu dengan sol sepatu ini, cocok bagi yang sering kesakitan menggunakan sepatu dengan hak kecil.



Gambar 2.11Sepatu Wedges

Beberapa istilah yang merujuk ke bagian sepatu untuk semua jenis, namun ada pula istilah-istilah yang hanya berlaku untuk jenis atau gaya sepatu tertentu.

1. Sole : seluruh bagian bawah sepatu dari depan ke belakang.
2. Upper : seluruh bagian atas / penutup sepatu.

3. *Heel* (Tumit) : bagian yang meninggi di belakang sepatu. Heel ini ada 2 bagian yakni "*heel seat*" yang merupakan bagian atas dari tumit, dan "*top piece*" yakni bagian dari yang tumit yang bersentuhan dengan tanah.
4. *Breast* : bagian yang menghadap kedepan bagian tumit, di bawah lengkung yang tunggal.
5. *Feather* : bagian dari sepatu di mana dari ujung upper bertemu dengan Sole .
6. *Counter* : bagian yang agak keras dari Heel yang terdapat diantara lapisan atas dan *Heel* yang membantu menjaga bentuk sepatu. Counter ini membantu memperkuat belakang dari sepatu.
7. *Insole* : sebuah lapisan bahan yang di antara Sole dan telapak kaki. *Insole* ini menambah kenyamanan pemakai, dan memisahkan kaki dengan *Heel Seat*.
8. *Outsole* : bagian terbawah dari sepatu yang bersentuhan dengan tanah. Bahan pemuat *outsole* ini beragam, bis akaret, plastik, kulit keras bahkan kayu. Karakteristik *outsole* yang baik antara lain: Cengkeraman (grip), daya tahan, dan tahan air
9. *Linings*: Mayoritas Sepatu memiliki Lining pada sisi dalam sepatu dan dipasang disekitar Vamp & Quarter. Lining ini untuk meningkatkan kenyamanan pemakai dan membantu menambah umur Sepatu.
10. *Puff* : penguat bagian atas atas kaki, berfungsi untuk memberikan bentuk dan tahanan.
11. *Quarter*: bagian tumit sepatu sebelah dalam yang menutupi tumit kaki bagian belakang. Untuk sepatu wanita, biasanya heel dan quarter dicetak dalam satu bagian.
12. *Seat* : dudukan heel pada sepatu. Bentuknya harus cocok dengan heel yang dipasang dan dapat menyangga dengan baik dan nyaman
13. *Shank* : plat besi yang terpasang antara Sole dan insole ke arah depan. Biasanya terdapat pada sepatu safety / TNI.

14. *Throat* : bagian depan Vamp sebelum ujung sepatu (Toe Cap). Beberapa sepatu memiliki Vamp dan Quarter yang bersatu sehingga tidak ada bagian Throat secara terpisah.
15. *Toe cap*: ujung sepatu bagian atas. Ada banyak ragam dari Toa caps yang berfungsi sebagai bagian dekorasi dan pelindung jari ini
16. *Top Piece*: bagian paling bawah dari Heel / tumit yang bersentuhan dengan tanah. Biasanya terbuat dari bahan yang kuat untuk bergesekan dengan segala jenis permukaan tanah.
17. *Vamp* : penutup bagian atas sepatu dari depan sampai ke Quarter.
18. *Waist* : alas bagian depan (dalam) sepatu
19. *Welt* : material penghubung Upper dengan Sole .
20. *Tongue*: lidah sepatu. Biasanya pada sepatu pria yang bertali sepatu, sebagai pemisah antara tali dengan kaki bagian atas.