

ABSTRAK

Industri tekstil mengalami peningkatan yang sangat pesat, *fashion* menjadi kewajiban bagi masyarakat pada era modern ini, CV. Semesta Agung merupakan perusahaan industri tekstil yang memproduksi kaos, celana jeans serta tas ransel anak. Produk tas ransel anak mengalami penurunan omset penjualan secara terus menerus selama tiga tahun terakhir sebanyak 2293 produk, penurunan disebabkan akibat banyak pesaing serta tidak terdapat strategi pemasaran pada perusahaan. Sehingga dilakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui atribut produk, prioritas serta strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan kembali omset perusahaan.

Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu *Quality Function Deployment* (QFD) tahap 1 yaitu pembuatan matriks *House of Quality* (HOQ) yang digunakan untuk mengidentifikasi atribut produk yang diinginkan konsumen serta penentuan prioritas atributnya, sementara untuk merumuskan strategi pemasaran digunakan metode SWOT. Berdasarkan hasil identifikasi dengan HOQ terdapat 16 atribut produk yang diinginkan oleh konsumen yang di klasifikasikan berdasarkan dimensi kualitas produk, serta prioritas atribut produk yang memiliki prioritas paling tinggi yaitu motif gambar menarik dengan bobot 9,4 sementara atribut produk yang memiliki prioritas paling rendah yaitu tas ringan dengan bobot 0,7. Terdapat 11 strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perusahaan yang diperoleh dari metode SWOT untuk meningkatkan penjualan.

Kesimpulan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan: a) Terdapat 16 atribut produk yang diinginkan oleh konsumen pada tas ransel anak yaitu harga tas terjangkau, warna tas menarik, motif gambar tas menarik, packaging tas menarik, terdapat aksesoris, anti air, mempunyai banyak saku, kapasitas tas cukup besar, tas ringan, kualitas bahan bagus, kualitas resleting, kualitas gendongan, kualitas jahitan, tahan lama, bergaransi dan bonus tas kecil. b) Terdapat lima atribut yang memiliki bobot yang besar yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu motif/gambar tas menarik, kualitas bahan, kualitas jahitan, harga tas terjangkau dan tahan lama. c), Strategi bagi perusahaan yaitu memperluas daerah pemasaran dikota Bandung, melakukan penjualan produk secara online, memperbaiki desain packaging produk, memberikan garansi produk dengan ketentuan tertentu, memberikan diskon atau bonus hadiah, menciptakan produk tas ransel anak yang anti air, meningkatkan kualitas produk dari segi bahan, resleting, hingga gendongan, meningkatkan kompetensi (keahlian) para pekerja, menekan biaya produksi, merancang desain produk tas ransel anak yang lebih menarik dan mempunyai nilai guna yang lebih tinggi serta menciptakan jenis produk baru selain tas ransel.

Kata Kunci: HOQ, Matriks IE, Atribut Produk.

ABSTRACT

The textile industry has experienced a very rapid increase, fashion has become an obligation for people in this modern era, CV. Semesta Agung is a textile industry company that produces t-shirts, jeans and children's backpacks. Children's backpack products have been continuously decreasing sales turnover for the past three years by 2293 products, a decrease caused by many competitors and no marketing strategy in the company. So that research is conducted which aims to find out the product attributes, priorities and the right marketing strategy to increase the company's turnover.

The method used in the research is Quality Function Deployment (QFD) phase 1, which is making a House of Quality matrix (HOQ) which is used to identify product attributes desired by consumers and prioritizing their attributes, while the SWOT method is used to form marketing strategies. Based on the results of identification with HOQ there are 16 product attributes desired by consumers classified according to product quality dimensions, and product attribute priorities that have the highest priority, namely attractive image motifs with 9.4 weights while product attributes having the lowest priority are lightweight bags with a weight of 0.7. There are 11 marketing strategies that can be done by companies that are obtained from the SWOT method to increase sales.

Conclusions based on the research that has been done: a) There are 16 product attributes desired by consumers in children's backpacks, namely affordable bag prices, attractive bag colors, attractive bag motif images, attractive bag packaging, accessories, waterproof, many pocket, capacity quite large bag, lightweight bag, good quality material, zipper quality, sling quality, seam quality, durable, guaranteed and bonus small bag. b) There are five attributes that have a large weight that must be considered by the company, namely interesting bag motifs / drawings, material quality, stitching quality, affordable and durable bag prices. c), the strategy for the company is to expand the marketing area in the city of Bandung, make product sales online, improve product packaging design, provide product guarantees with certain conditions, give discounts or bonus prizes, create waterproof backpacks, improve product quality from in terms of materials, zippers, sling, increase the competence (expertise) of workers, reduce production costs, design designs of children's backpack products that are more attractive and have higher use value and create new types of products besides backpacks..

Keyword: HOQ, Matrix IE, Product Attribute.