



Strategi Peningkatan Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian Pada PT. XYZ

Atikah

Universitas Buana Perjuangan Karawang

Sungkono

Universitas Buana Perjuangan Karawang

Korespondensi penulis: mn20.atikah@mhs.ubpkarawang.ac.id, sungkono@ubpkarawang.ac.id

***Abstract.** This study aims to describe how product quality can influence purchasing decisions and how the working atmosphere at PT. XYZ. This study used the observation method by directly observing the situation in the field and interviewing several employees. In the world of work, there are often problems related to the products we create, as well as those involving product quality at PT. XYZ, which after the end of last year was at the peak of instability in running production. PT. XYZ itself is a company that produces footwear with the “Nike” brand, by producing footwear for the company PT. XYZ is very focused on the quality of the products it creates. Problems found in PT. XYZ, namely the reduction of a purchase decision or order from a customer, one of which causes employees to stay at home on Saturdays, which basically work normally on Saturdays as usual. Reduced orders greatly impact the company, especially on employees. One of the factors that affected the decline in orders was in terms of product quality. For example, many long threads are still attached to finished shoes and also the size label where there are many repairs, one of which is that the label does not match the tally sheet. This problem is often found in the sewing or stitching department. Based on the results of these observations, it is necessary to pay attention again regarding product quality, both by the company and its own team of employees who are required to maintain product quality, because whether or not orders enter the company depends on quality.*

Keywords: *product quality, purchase decision, manajemen*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan bagaimana suasana kerja pada PT. XYZ. Penelitian ini menggunakan metode observasi dengan mengamati secara langsung keadaan dilapangan dan wawancara dengan beberapa karyawan. Dalam dunia kerja, sering kali terjadinya masalah yang bersangkutan dengan produk yang kita ciptakan seperti halnya yang menyangkut kualitas produk pada perusahaan PT. XYZ, yang dimana pasca akhir tahun kemarin sedang ada dipuncak ketidakstabilan dalam menjalankan produksi. PT. XYZ sendiri merupakan perusahaan yang memproduksi alas kaki sepatu yang berbrand “Nike”, dengan memproduksi alas kaki sepatu perusahaan PT. XYZ sangat memfokuskan sekali akan perihal kualitas pada produk yang diciptakannya tersebut. Masalah yang ditemukan pada perusahaan PT. XYZ yaitu berkurangnya suatu keputusan

Received on April 07, 2023; Revised on Mei 02, 2023; Accepted Juni 20, 2023

* Atikah, mn20.atikah@mhs.ubpkarawang.ac.id

pembelian atau orderan dari *customer* yang dimana salah satunya mengakibatkan karyawan untuk *stay at home* di hari sabtu, yang pada dasarnya dihari sabtu itu bekerja normal seperti biasa. Berkurangnya orderan sangat memberi dampak pada perusahaan terutama pada karyawan. Yang mempengaruhi turunya sutau orderan salah satunya dilihat dari segi kualitas pada produk. Contohnya seperti banyak benang panjang yang masih menempel pada sepatu yang sudah jadi dan juga *size* label yang banyaknya perbaikan salah satunya label tidak sesuai dengan *tally sheet*, masalah tersebut banyak ditemukan dibagian department jahit atau *stitching*. Berdasarkan hasil pengamatan tersebut harus diperhatikan kembali mengenai kualitas produk, baik oleh perusahaan maupun team karyawannya sendiri yang dimana dituntut untuk mempertahankan kualitas pada produk, karena ada atau tidak orderan yang masuk pada perusahaan tergantung dari kualitas.

Kata kunci: kualitas produk, keputusan pembelian, manajemen

LATAR BELAKANG

Dalam kegiatan kerja praktik, penulis ditempatkan diposisi press label yang dimana penulis sendiri merupakan salah satu karyawan pada perusahaan tersebut. Kegiatan yang dilakukan selama kerja praktik yaitu mempress label, menghitung label sesuai *tally sheet* dan mengganti label pada visual sepatu yang sudah jadi. Dari kegiatan sehari-hari yang dilakukan tersebut, terdapat isu mengenai kualitas produk yang salah satunya isu pada press label yang sering kali mendapat komplain dikarenakan label *reject* atau *bonding* yang dimana isu tersebut adanya di department assembly. Komplain isu mengenai *reject* atau *bonding* label yang terjadi, itu murni dari kesalahan pihak *assembly* yang kemungkinan label terkena cairan kimia atau terkena lem yang sehingga label tersebut bisa *reject* dan *bonding*. Dan dapat dikatakan bahwasannya kegiatan kerja praktik sangat penting secara teoritis dan praktisi, yang dimana kita mengetahui dunia kerja yang sesungguhnya dan bisa mendapatkan ilmu dari berbagai aspek ruang lingkup kerja seperti harus bisa mempertahankan kualitas pada produk dengan adanya isu-isu yang ada. Dari isu atau permasalahan yang terjadi, tidak hanya mengenai press label saja melainkan adanya permasalahan dibagian *stitching* yang masih banyaknya benang panjang yang menempel pada sepatu yang sudah jadi sehingga masih sering kali banyak perbaikan disetiap harinya. Dengan permasalahan yang ada mengenai kualitas produk yang kurang baik, maka solusi yang harus diambil yaitu harus menerapkannya *self-inspection* pada masing-masing bagian area kerja agar tidak adanya lagi perbaikan yang terulang.

Dari permasalahan yang telah dibahas diatas sangat berkaitan dengan tujuan pelaksanaan kerja praktik, yang dimana tujuan tersebut agar penulis bisa siap menangani permasalahan dan mampu bersaing dalam dunia kerja nantinya. Terlebih dari judul yang penulis angkat yaitu mengenai strategi peningkatan kualitas produk dan keputusan pembelian sehingga penulis diharuskan menganalisa kualitas produk yang diciptakan sesuai atau tidaknya, dan bisa mendapatkan gambaran mengenai kualitas produk yang diharapkan perusahaan sehingga dapat menunjang keberlangsungan proses produktivitas dengan baik.

Pengertian *Marketing Mix*

Berkaitan dengan permasalahan yang terjadi, dalam setiap perusahaan salah satunya PT. XYZ harus adanya menyusun strategi pemasaran dengan kondisi-kondisi yang ada, dalam hal ini diperlukannya *marketing mix*.

Marketing mix menurut Wardana (dalam Febriansyah, 2020) merupakan *tool* atau alat bagi marketer yang terdiri dari berbagai elemen suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan *positioning* yang diterapkan dapat berjalan sukses.

Menurut (Nurhayaty, 2022) mengemukakan bahwa definisi strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat dan menguntungkan, diperlukan strategi pemasaran yang handal. Strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana perusahaan berharap untuk menciptakan nilai pelanggan dan mencapai hubungan yang menguntungkan. Perusahaan memutuskan pelanggan mana yang akan dilayaninya (*segmentasi* dan penetapan target) dan bagaimana cara perusahaan pelayaninya (*diferensiasi* dan *positioning*) perusahaan mengenali keseluruhan pasar, lalu membaginya menjadi segmen-segmen yang lebih kecil, memilih segmen yang paling menjanjikan dan memusatkan perhatian pada pelayanan dan pemuasan pelanggan dalam segmen tersebut. Selanjutnya, perusahaan merancang bauran pemasaran yang terintegrasi untuk menghasilkan respons yang diinginkan dalam pasar sasaran. Dengan strategi pemasaran yang handal, perusahaan merancang bauran pemasaran terintegrasi yang terdiri dari *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence (7P)*.

Marketing mix menurut (Abdillah & Herawati, 2019) merupakan integrasi yang terdiri dari *product, price, place, promotion, people, process, physical edvence*.

Product, produk adalah keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat kepada pelanggan, yang perlu diperhatikan dalam produk yaitu pelanggan tidak hanya membeli fisik produk dari produk itu sendiri tetapi membeli *benefit* dan *value* dari produk tersebut yang disebut *the offer*. Seperti produk sepatu yang di produksi oleh PT. XYZ, yang dimana produk sepatu tersebut bermodel AJ1 atau yang biasa disebut sepatu Jordan, sepatu Jordan ini merupakan produk sepatu sport yang diluncurkan oleh nike untuk bermain basket yang mana sepatu tersebut memiliki *benefit* dan *value* sangat besar dalam keamanannya untuk dipakai oleh pelanggan dalam bermain basket.

Price, strategi penerapan harga sangat signifikan dalam keputusan pembelian pada pelanggan dan mempengaruhi *image* produk. Kebijakan strategi dan taktik seperti tingkat harga, syarat pembayaran dan diskon menjadi pertimbangan pelanggan memilih produk yang ditawarkan. Seperti yang diketahui produk sepatu PT. XYZ dinaungi oleh brand “Nike” yang dimana sepatu yang di produksi tersebut terkenal dengan kemahalannya, akan tetapi tidak menutup kemungkinan masih banyak pelanggan yang membeli atau mengorder sepatu tersebut karena kemungkinan pelanggan lebih melihat dari segi kualitas dan daya tahan yang dimilikinya.

Promotion, promosi meliputi berbagai metode untuk mengkomunikasikan manfaat produk kepada pelanggan potensial. Metode-metode tersebut biasanya terdiri atas periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, dan *Publik relations* sehingga untuk memperkenalkan dan menampakkan produk itu sendiri. Dari segi promosi di setiap model baru yang akan dipasarkan, PT. XYZ lebih meluncurkan terlebih dahulu produk sepatu *sample* yang akan dipasarkan tersebut. Dari *sample* bisa dibuat 4 atau 5 pasang sepatu, kemudian jika *sample* yang dibuat *goals* maka dapat dikatakan produk sepatu model baru tersebut akan berlanjut diproduksi.

Place, tempat dalam produk merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara menyampaikan produk kepada pelanggan dan dimana lokasi yang strategis.

Process, proses produksi atau oprasional merupakan faktor penting bagi perusahaan dan pelanggan, bagi perusahaan salah satunya jika proses produksi lancar dengan selalu menerapkan *one piece flow* di setiap masing-masing pekerjaan maka dapat diminimalisirnya permasalahan penumpukan dibadan line sehingga mengakibatkan target

terhambat. Bagi pelanggan yaitu lebih memaksimalkan hasil produk yang dibeli, karena jika proses produksi yang diproduksi oleh perusahaan tidak ada kendala bisa dikatakan produk yang dihasilkan akan sesuai dan tidak adanya keluhan dari pelanggan.

People, bauran pemasaran *people* berhubungan dengan perencanaan sumber daya, yang dimana seorang marketer harus bisa menjalankan strategi dalam memasukan orderan perusahaan. Seperti halnya PT. XYZ yang sempat mengalami ketidakstabilan mengenai orderan, yang dikarenakan salah satunya adanya masalah kualitas yang sempat menurun.

Physical Evidence, Lingkungan fisik (*physical evidence*) adalah keadaan atau kondisi yang di dalamnya juga termasuk suasana. Karakteristik lingkungan merupakan segi paling nampak dalam kaitannya dengan situasi, yang dimaksud dengan situasi ini adalah situasi dan kondisi geografi dan lingkungan institusi, *dekorasi*, ruangan, suara, aroma, cahaya, cuaca, peletakkan dan *layout* yang nampak sebagai objek.

Sedangkan *marketing mix* yang dikemukakan oleh Kotler (dalam Eka, 2018) yaitu alat yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai marketer yang didalamnya terdiri dari berbagai unsur suatu program pemasaran yang diperlukan pertimbangan agar penerapan strategi pemasaran dan tujuan yang ditetapkan dapat berjalan sukses serta sesuai rencana.

Dari definisi yang telah dikemukakan diatas, dapat di sintesa bahwa *marketing mix* merupakan strategi yang sangat penting untuk diterapkan oleh perusahaan yang dimana unsur dalam strategi pemasaran dilaksanakannya secara bersamaan, strategi tersebut digunakan dengan menerapkan elemen strategi yang ada dalam *marketing mix* itu sendiri.

Pengertian Kualitas Produk

Menurut (Oktavenia & Ardani, 2018) Kualitas adalah keunggulan yang dimiliki oleh produk yang diciptakan. Kualitas dalam pandangan konsumen adalah hal yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang biasa dikenal kualitas sebenarnya. Secara umum, produk adalah pemahaman dari produsen atas sesuatu yang dapat ditawarkan sebagai usaha dalam mendapatkan keuntungan perusahaan yang didapat dari kegiatan pemenuhan kebutuhan konsumen.

Lebih lanjut mengatakan bahwa kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi perusahaan dengan kualitas produk paling baik akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Dengan begitu kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan.

Citra merek adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk pada benak konsumen. Citra merek mengacu pada skema memori akan sebuah merek yang berisikan interpretasi konsumen atas atribut, kelebihan, penggunaan, situasi, para pengguna, dan karakteristik pemasar dan karakteristik produk atau merek tersebut. Dan juga citra merek secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, seperti halnya PT. XYZ memproduksi produk sepatu yang berbrand “Nike” yang dimana citra mereknya begitu banyak digemari dan digunakan di berbagai negara.

Menurut Ofela dan Agustin mengemukakan jika faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk adalah sebagai berikut:

Performance (kinerja), hal ini berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut. Jadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi kualitas produk pada PT. XYZ adalah kinerjanya, yang dimana kita ketahui kinerja karyawan itu berkontribusi langsung atas proses pembuatan sepatu yang diproduksi di PT. XYZ tersebut.

Features (fitur), yaitu aspek performansi yang berguna untuk menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya. Dimensi fitur merupakan karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk. Fitur bersifat pilihan atau option bagi konsumen. Kalau manfaat utama sudah standar, fitur seringkali ditambahkan. Idenya, fitur bisa meningkatkan kualitas produk kalau pesaing tidak memiliki. Dari pembahasan fitur diatas, mungkin dari setiap perusahaan memiliki fitur yang berbeda-beda dalam proses pengembangan, seperti halnya fitur yang diterapkan oleh PT. XYZ. PT. XYZ menerapkan fitur dengan cara memproduksi sepatu harus sangat menjaga kualitasnya, walaupun sepatu nampak cantik dan bagus secara visual jika ada kendala dalam kualitas maka diharuskan adanya perbaikan.

Reliability (reabilitas), hal yang berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu

tertentu dan dalam kondisi tertentu pula. Sejauh ini, PT. XYZ sangat berhasil dalam menciptakan produknya, salah satunya bisa dipercayai oleh pemilik brand ternama yaitu “Nike” untuk menjalankan dan memproduksi sepatu berbagai style dan merek salah satunya adalah merek Air Max Jordan yang dimana tidak semua perusahaan sepatu dipercayai untuk memproduksi model dan merek seperti sepatu tersebut.

Conformanceto specifications (kesesuaian dengan spesifikasi), hal ini berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Dalam kesesuaian dan spesifikasi, PT. XYZ termasuk yang sesuai spesifikasi yang dipaparkan diatas, karena dari segi kesesuaian dan spesifikasi berdasarkan kebutuhan dan keinginan pelanggan PT. XYZ memproduksi sepatu yang tidak hanya difokuskan hanya untuk perempuan saja misalnya, melainkan sepatu untuk perempuan dan laki-laki begitupun anak-anak.

Durability (daya tahan), yaitu suatu refleksi umur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai barang yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk. Dalam daya tahan, sepatu yang diproduksi oleh PT. XYZ tentunya akan memiliki daya tahan yang cukup lama dalam pemakaiannya, karena seperti diketahui sepatu yang diproduksi di PT. XYZ sangat mengutamakan dari segi kualitasnya, yang dimana jika kualitas bagus maka daya tahan pun akan menyesuaikan walaupun tergantung pemakaian.

Serviceability (kemampuan melayani), yaitu karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, kompetensi, kemudahan, dan akurasi dalam memberikan layanan untuk perbaikan barang. Dari pembahasan ini bisa disimpulkan, brand “Nike” dikenal dengan brand sepatu yang memfokuskan untuk kegiatan sebuah olahraga yang dimana seperti sepak bola dan basket. Tetapi dengan berjalannya waktu banyak style dan merek yang diluncurkan tersebut seperti salah satunya sepatu nike casual.

Asthetics (estetika), merupakan karakteristik yang bersifat subyektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual. Dengan adanya estetika, sepatu nike dengan berjalannya waktu bisa mampu menarik perhatian konsumen dan begitupun sepatu yang diproduksi di PT. XYZ.

Sepatu yang diproduksi di PT. XYZ memiliki variasi yang cukup menarik perhatian, yang dimana model warna yang diambil dalam pembuatan sepatu itu warnanya sangat unik seperti berwarna ungu, hijau, dan pink.

Perceived quality (kesan kualitas), konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk. Namun demikian, biasanya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung. Seperti yang kita ketahui, brand “Nike” memiliki pengguna teratas dibanding brand sepatu lainnya, dapat disimpulkan bahwa Nike mampu mengalahkan pesaing dari segi kualitas produknya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk yang mampu memenuhi setiap kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pengertian Keputusan Pembelian

Kemudian menurut (Abarca, 2021) Keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan dan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu di antaranya. Keputusan konsumen adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan seseorang untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh pemasar dalam usaha memasarkan suatu produk ke konsumen.

Jadi penjelasan diatas dapat di sintesa bahwa keputusan pembelian ini memiliki beberapa proses diantaranya sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk pasti adanya suatu pertimbangan yang harus dipilih, misalnya yang dipertimbangkan dari segi daya tahan dan kualitas produk yang akan dibeli tersebut. Disini kita ambil contoh produk yang diproduksi oleh PT. XYZ yang dimana sudah kita ketahui perusahaan tersebut memproduksi sepatu yang bernaung di brand “Nike” yaitu brand sepatu nomor 1 diantara brand sepatu lainnya. Dalam keputusan pembelian, sepatu yang diproduksi oleh PT. XYZ yang bernaung brand “Nike” ini kemungkinan tidak cukup sulit dalam mencari pelanggan atau pengguna untuk membelinya karena seperti yang sudah dijelaskan sepatu Nike terkenal dengan kualitas yang begitu bagus.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh peningkatan strategi kualitas produk dan keputusan pembelian pada PT. XYZ. Penelitian ini mengambil tempat di PT. XYZ karena peneliti merupakan salah satu karyawan pada perusahaan tersebut. Waktu penelitian dimulai sejak pengajuan judul yang akan di ambil sampai dengan selesai penyusunan laporan, dan waktu untuk meneliti dibutuhkan sekitar 3 bulan.

Subjek dan objek penelitian ini adalah karyawan pada PT. XYZ yang dimana menjadi subjek penelitian dalam penyusunan penelitian tersebut. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data dalam situasi yang wajar, langsung apa adanya, tanpa di pengaruhi oleh unsur-unsur dari ruang lingkungan perusahaan. Untuk itu peneliti berkomunikasi langsung dengan sumber data yang akan diteliti yaitu karyawan pada PT. XYZ. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan coding pertanyaan dan uraian untuk mencari makna sehingga akan menghasilkan informasi.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini terdiri dari (1). Data Primer yaitu data atau informasi yang diperoleh langsung di lapangan yang berupa data mentah yaitu dari karyawan pada PT. XYZ, antara lain (a). Observasi, yaitu cara pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan langsung mengenai kualitas produk dan keputusan pembelian terhadap objek yang diteliti. (b). Dokumentasi yaitu cara untuk mengumpulkan data-data yang meliputi benda tertulis berupa arsip-arsip, surat keputusan, rekaman suara dan foto yang berhubungan dengan masalah penelitian. Soal pertanyaan yaitu dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada salah satu karyawan PT. XYZ mengenai kualitas produk dan keputusan pembelian. Soal pertanyaan ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana peran karyawan untuk selalu mempertahankan kualitas pada produk. (2). Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber lain yang relevan dengan masalah penelitian yakni mempelajari dan mencatat dokumen-dokumen serta buku-buku yang berhubungan dengan masalah yang penulis bahas. Selain itu juga mempelajari literatur-literatur yang berkaitan dengan penulisan ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan KP

Hasil kegiatan kerja praktik yang dilakukan selama 3 bulan lamanya sangat begitu memberi ilmu dan wawasan, seperti halnya jadi lebih mengetahui akan suatu kualitas yang baik pada produk yang kita ciptakan. Kegiatan keseharian kerja praktik bertempat di press lebel yang dimana mempress *size* lebel sesuai ukuran pada komponen *tounge* atau lidah sepatu, *size* lebel sangat penting akan suatu kualitasnya jika sepatu tanpa adanya *size* lebel maka dapat dikatakan sepatu tersebut *reject*. Selain mempress lebel, kegiatan keseharian yang dilakukan yaitu menghitung lebel sesuai *tally sheet* karena sebelum lebel dipresskan pada komponen, *size* lebel harus dihitung terlebih dahulu dan harus sesuai dengan *tally sheet* dikarenakan sering terjadi kurangnya lebel dan tidak sesuai, dengan begitu lebel sangat berpengaruh atas visual pada sepatu yang kita dibuat. Setelah melakukan dua kegiatan diatas, selanjutnya keseharian yang dilakukan yaitu menali *upper* yang dimana akan langsung diproses ke bagian assembly untuk di *outsole* dan menjadi sepatu. Dan dapat dikatakan, selama kerja praktik dalam melakukan keseharian tersebut sangat menambah wawasan mengenai kualitas yang harus dibentuk dan diciptakan.

Pembahasan

Dalam kegiatan kerja praktik, kendala yang sering terjadi yaitu jika kurangnya lebel pada *tally sheet* atau tidak sesuai *tally sheet*. Dengan ada kurangnya lebel, maka komponen *tounge* yang akan dijalankan tidak dipasang lebel terlebih dahulu dikarenakan atas keterangan lebel kurang dari *tally sheet*, dengan terus dijalankan nantinya lebel akan dipasang di hasil yang sudah menjadi *upper* dan itu tidak gampang dibanding mempress lebel pada saat masih jadi komponen.

Dan kendala lain yang sering terjadi yaitu banyak *rejectan size* lebel yang disebabkan oleh bagian assembly yang dimana *size* lebel sobek dan mengelupas dikarenakan terkena cairan kimia yang ada di bagian *assembly* tersebut, dengan kendala lebel sobek dan mengelupas pihak *assembly* pun ingin lebel tersebut diperbaiki dan meminta untuk mempresskannya kembali pada sepatu yang mana lebelnya sobek dan mengelupas, kemudian mempresskannya kembali akan tetapi seperti yang kita ketahui

jika sudah menjadi sepatu cukup tidak gampang dibanding mempress *upper* yang sudah jadi.

Dari solusi kendala yang pertama yaitu sering kurang atau tidak sesuai *size* lebel pada *tally sheet*, sebaiknya sebelum komponen dijalankan harus di *checking* terlebih dahulu untuk mengetahui ada atau tidaknya lebel yang akan dijalankan dan untuk meminimalisir juga agar tidak sering terjadinya mempress lebel yang sudah menjadi *upper* dikarenakan akan mengambil banyak waktu.

Dan untuk solusi yang kedua yaitu untuk pihak *assembly* agar selalu menerapkan *self inspection* agar tidak sering terjadi perbaikan dan terulang lagi kendala yang bisa menurunkan kualitas pada sepatu tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dari hasil pengamatan tersebut harus diperhatikan kembali mengenai kualitas produk, baik oleh perusahaan maupun team karyawannya sendiri yang dimana dituntut agar bisa mempertahankan suatu kualitas pada produknya, karena ada atau tidaknya *orderan* atau pembelian yang masuk pada perusahaan tergantung dari kualitas yang diciptakan oleh team proses atau karyawannya itu sendiri. Dan tujuan dari pengamatan tersebut yaitu agar lebih memperhatikan kualitas pada produk yang kita ciptakan, karena seperti yang kita ketahui kualitas sangat berdampak pada naik turunnya kestabilan perusahaan. Dari permasalahan yang telah dikemukakan diatas bahwasannya masih banyak sekali produk yang harus benar-benar dijaga kualitasnya terutama oleh team karyawan yang ikut andil langsung dalam proses produksi. Dapat kita ambil pelajaran dari salah satu masalah kegiatan kerja praktik, yang dimana masalah tersebut mengenai sering kurangnya *size* lebel atau lebel tidak sesuai *tally sheet*, dengan adanya kekurangan lebel maka komponen *tounge* yang akan dijalankan tidak dipasang lebel terlebih dahulu atau dibodongkan dikarenakan atas keterangan lebel kurang dari *tally sheet*, dengan terus dijalankan nantinya lebel akan dipasang dihasil yang sudah menjadi *upper* dan itu tidak gampang dibanding mempress lebel pada saat masih jadi komponen. Dengan begitu, dapat dikatakan walaupun *size* lebel adanya di *tounge* sepatu, yang dimana tidak terlalu terlihat secara visual akan tetapi *size* lebel sangat mempengaruhi terhadap kualitas produk sepatu sesuai atau tidaknya. Untuk saran, dengan ditemukannya permasalahan tersebut dapat diharapkan agar selalu menjaga ruang lingkup kerja yang

baik seperti selalu diterapkannya sistem *one piece flow* pada masing-masing *jobdesk* yang kita kerjakan sehingga tidak adanya isu atau permasalahan perbaikan produk yang sering terjadi.

DAFTAR REFERENSI

- Abarca, R. M. (2021). Pengertian Keputusan Pembelian. *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 2013–2015.
- Eka, I. R. (2018). Unsur Unsur Strategi Pemasaran. *Juornal Bisnis Makanan*, 5–24.
- Febriansyah, K. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen di Kopi Studio 24 Malang. *Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta.*, 28–29. <http://repository.iainkudus.ac.id/3523/5/5>. BAB II.pdf
- Nurhayaty, M. (2022). Strategi Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, Eople, Process, Physical Evidence) 7P Di Pd Rasa Galendo Kabupaten Ciamis. *Jurnal Media Teknologi*, 8(2), 119–127. <https://doi.org/10.25157/jmt.v8i2.2669>
- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>