Implementasi Metode *Quality Function Deployment* Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Produk *Thrifting* Di UMKM A, B dan C

1st Hamka Prastika Okka Raharja
Program Teknik Industri
Universitas Telkom Purwokerto
Purwokerto, Indonesia
hamkaprastika@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Aiza Yudha Pratama
Program Teknik Industri
Universitas Telkom Purwokerto
Purwokerto, Indonesia
Aizayp@telkomuniversity.ac.id

3rd Famila Dwi Winati
Program Teknik Industri
Universitas Telkom Purwokerto
Purwokerto, Indonesia
Familadw@telkomuniversity.ac.id

***Abstrak* — UMKM *thrifting* menghadapi permasalahan ketidaksesuaian kualitas produk dengan kebutuhan konsumen, terutama pada sistem *blind pick*, yang berdampak pada tingginya barang tidak terjual dan fluktuasi keuntungan. Konsumen menuntut produk dengan kondisi fisik layak, tampilan visual baik, keaslian merek, kesesuaian tren, serta harga yang sepadan dengan kualitas. Oleh karena itu, diperlukan standar kriteria produk yang mampu menjembatani kebutuhan konsumen dan kondisi operasional UMKM. Penelitian ini bertujuan menyusun rekomendasi standar kriteria produk thrifting menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) dengan pendekatan *voice of customer*. Penelitian dilakukan pada UMKM *thrifting* A, B, dan C. Hasil penelitian menghasilkan standar kriteria produk yang mencakup kondisi fisik, tren *fashion* terbaru, produk dengan kategori vintage dan branded, kebersihan, keaslian produk, serta penetapan harga berbasis kualitas. Validasi *stakeholder* menunjukkan bahwa rekomendasi bersifat aplikatif dan berpotensi menekan barang tidak terjual serta menstabilkan kinerja penjualan UMKM *thrifting*.**

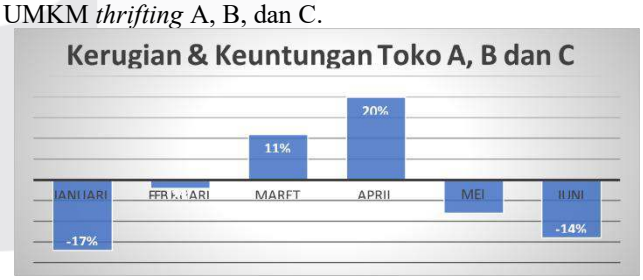
Kata Kunci — *Thrifting*, Pengendalian Kualitas, QFD, HOQ, VOC, UMKM

I. PENDAHULUAN

Industri *fashion* Indonesia berkembang pesat dan menjadi bagian penting dari ekonomi kreatif nasional dengan karakteristik perpaduan tradisional dan modern [1]. Salah satu segmen yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah *thrifting*, yaitu aktivitas jual beli produk fashion bekas yang semakin diminati masyarakat, khususnya generasi muda [2] , [3]. Tren ini didorong oleh faktor harga, kualitas merek, serta meningkatnya kesadaran terhadap *sustainable fashion* dan pelestarian lingkungan [4]. Dukungan media sosial dan platform digital turut mempercepat ekspansi pasar *thrift*, baik secara *online* maupun *offline* di berbagai kota besar Indonesia [5], [6].

Di balik peluang bisnis yang menjanjikan, pelaku usaha thrifting menghadapi tantangan utama pada pengelolaan kualitas dan ketersediaan stok produk yang tidak konsisten [7]. Variasi kondisi barang, kebutuhan restorasi, serta keterbatasan informasi produk menyulitkan penentuan standar kualitas dan harga yang adil [8]. Kondisi ini berpotensi menurunkan kepercayaan konsumen apabila tidak dikelola secara sistematis dan terukur [9]. Oleh karena itu, penerapan metode *Quality Function Deployment* (QFD) menjadi penting sebagai pendekatan strategis untuk menerjemahkan kebutuhan konsumen ke dalam peningkatan kualitas produk thrifting secara berkelanjutan pada UMKM.

Tantangan pengelolaan kualitas juga dialami oleh UMKM *thrifting* A, B, dan C, terutama dalam penerapan sistem blind pick yang menghasilkan variasi kondisi produk dari layak jual hingga cacat fisik. Ketidakkonsistenan kualitas tersebut menyulitkan penetapan harga yang adil dan berpotensi menurunkan kepercayaan serta kepuasan konsumen. Selain itu, keterbatasan proses seleksi menyebabkan sebagian produk kurang sesuai dengan tren *fashion* terkini yang diminati konsumen Gen Z, sehingga menurunkan daya tarik dan minat beli. Dampak lanjutan dari kondisi ini adalah lambatnya perputaran stok, meningkatnya biaya penyimpanan, serta ketidakstabilan kinerja finansial UMKM *thrifting* A, B, dan C.



GAMBAR 1
(Kerugian dan Keuntungan pada Toko A, B dan C)

Gambar 1 menunjukkan fluktuasi tinggi keuntungan dan kerugian Toko A, B, dan C, dengan penurunan tajam pada Mei–Juni hingga −14%. Kondisi ini mengindikasikan ketidakteraturan pengelolaan operasional, terutama akibat banyaknya produk tidak terjual karena kualitas yang rendah. Temuan tersebut diperkuat oleh data kerusakan produk pada Tabel 1.1 yang berdampak pada ketidaklayakan jual.

TABEL 1
(Rasio barang yang tidak terjual seluruh toko A, B dan C)

Jenis Barang	Rasio
Warna Pudar	35%
Robek	30%
Noda kotoran	20%
Kerusakan Struktur	10%
Barang tidak layak pakai	5%

Tabel 1 menunjukkan kerusakan dominan pada produk thrifting adalah warna pudar (35%), diikuti robekan (30%) dan noda kotoran (20%). Kerusakan tersebut menurunkan kualitas visual, fungsi, dan persepsi konsumen terhadap produk. Kerusakan struktur bahan (10%) dan barang tidak layak pakai (5%) turut berkontribusi pada peningkatan stok tidak terjual. Rendahnya performa UMKM thrifting A, B, dan C berkaitan dengan sistem *blind pack* yang menyebabkan kualitas produk tidak konsisten dan berdampak pada ketidakstabilan keuntungan.

Konsumen *thrifting*, khususnya generasi muda, semakin selektif terhadap kondisi fisik, estetika, keaslian, dan kesesuaian harga dengan kualitas. Produk dengan cacat visual dan standar kualitas yang tidak jelas menurunkan minat beli serta kepercayaan konsumen. UMKM *thrifting* belum memiliki mekanisme sistematis untuk menerjemahkan kebutuhan konsumen ke dalam standar kualitas yang terukur. Oleh karena itu, penerapan *Quality Function Deployment* (QFD) diperlukan untuk menyelaraskan standar produk dengan ekspektasi konsumen dan meningkatkan stabilitas penjualan serta profit. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi *voice of customer* dan atribut kualitas produk thrifting untuk merumuskan rekomendasi standar kualitas yang sesuai dengan preferensi konsumen.

II. KAJIAN TEORI

A. *Thrifting*

Thrifting merupakan aktivitas membeli barang bekas yang masih layak pakai dengan harga lebih terjangkau dibandingkan produk baru, yang umumnya mencakup pakaian, aksesoris, hingga perlengkapan rumah tangga [10]. Aktivitas ini semakin diminati oleh generasi muda karena selain menawarkan nilai ekonomis, juga mendukung gaya hidup ramah lingkungan melalui pengurangan limbah tekstil dan penerapan ekonomi sirkular dengan memperpanjang siklus hidup produk [11], [12]. *Thrifting* juga mencerminkan perubahan perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh kesadaran terhadap dampak lingkungan dan konsumsi berkelanjutan, khususnya di sektor fashion [13].

B. Standarisasi Kualitas

Standarisasi kualitas bertujuan untuk memastikan produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pasar [14]. Dalam konteks *thrifting*, kualitas tidak hanya dilihat dari aspek visual, tetapi juga fungsi, kenyamanan, dan estetika produk. Standar kualitas yang jelas dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, mengurangi pengembalian barang, serta meningkatkan efisiensi operasional usaha [15].

C. QFD

Quality Function Deployment (QFD) merupakan metode yang digunakan untuk menerjemahkan kebutuhan dan preferensi konsumen ke dalam karakteristik teknis dan desain produk yang spesifik guna meningkatkan kualitas dan daya saing produk [16]. QFD bertujuan memastikan pemenuhan kebutuhan pelanggan secara akurat pada seluruh tahapan pengembangan produk, mulai dari perancangan hingga implementasi, serta mendorong perbaikan kualitas yang berkelanjutan [17].

Penerapan QFD memberikan manfaat dalam memprioritaskan kegiatan perancangan, menganalisis kinerja produk, meminimalkan perubahan desain, serta menyediakan dasar pengambilan keputusan yang sistematis terkait kualitas, produktivitas, biaya, dan waktu pengembangan produk [18]. Fokus utama metode ini adalah keterlibatan konsumen dalam proses pengembangan produk melalui analisis kebutuhan konsumen dan penyusunan planning matrix yang mencakup tingkat kepentingan pelanggan (*importance to customer*) serta tingkat kepuasan konsumen terhadap produk (*current satisfaction performance*) [19].

D. HOQ

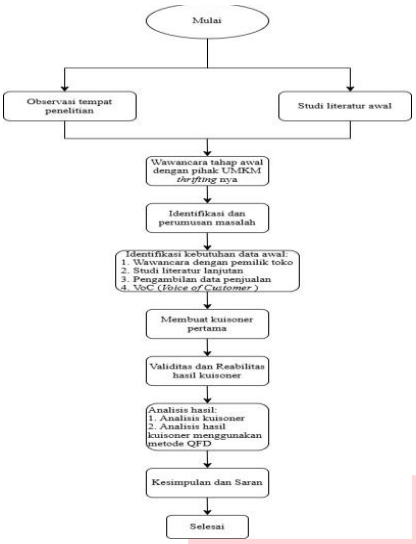
House of Quality (HoQ) merupakan alat utama dalam QFD yang berfungsi menghubungkan kebutuhan konsumen dengan respons teknis produk dalam bentuk matriks [20]. HoQ memvisualisasikan hubungan antara atribut yang diinginkan konsumen dan karakteristik teknis yang harus dipenuhi, sehingga memudahkan penentuan prioritas perbaikan kualitas produk.

E. VOC

Voice of Customer (VoC) merupakan representasi kebutuhan, harapan, dan persepsi konsumen terhadap suatu produk yang diperoleh melalui kuesioner atau wawancara [21]. VoC menjadi dasar utama dalam penerapan QFD karena memastikan bahwa perbaikan kualitas produk benar-benar berorientasi pada kebutuhan konsumen.

III. METODE

Penelitian ini menggunakan metode HOQ. Setiap tahap disusun dalam alur kerja yang terstruktur. Gambar berikut menunjukkan alur penelitian tersebut.



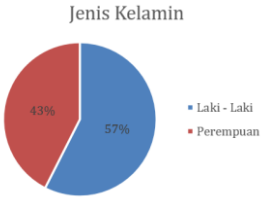
GAMBAR 2
(Alur Penelitian)

Tahap pertama penelitian dimulai dengan observasi di lokasi penelitian dan studi literatur awal untuk memahami permasalahan dan mengidentifikasi permasalahan. Selanjutnya, dilakukan wawancara tahap awal dengan pihak yang terkait, yaitu pemilik UMKM, untuk memperoleh pemahaman awal mengenai kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi. Berdasarkan wawancara ini, dilakukan identifikasi dan perumusan masalah yang lebih terfokus. Tahap berikutnya adalah pengumpulan data awal yang meliputi wawancara lanjutan dengan pemilik toko, kemudian mempelajari studi literatur lebih mendalam, dan pengambilan data penjualan, serta *Voice of Customer* (VOC) untuk mengetahui kebutuhan pelanggan. Selanjutnya data yang terkumpul digunakan untuk menyusun kuesioner pertama, yang kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya. Setelah kuesioner tervalidasi, dilakukan analisis hasil penelitian. Analisis mencakup evaluasi terhadap data kuesioner serta penerapan metode *Quality Function Deployment* (QFD) untuk mengolah data secara lebih terstruktur. Kemudian dari hasil analisis penelitian ini menjadi dasar untuk menarik kesimpulan dan memberikan saran yang relevan. Adapun langkah akhir penelitian diakhiri dengan penyusunan kesimpulan dan saran sebagai langkah untuk memberikan rekomendasi berdasarkan temuan penelitian.

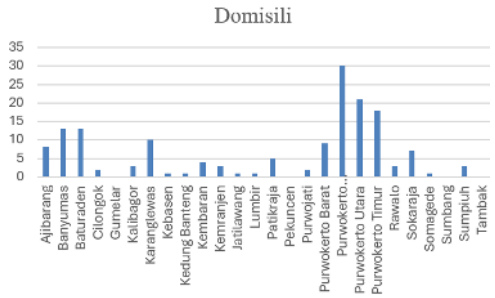
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengumpulan Data

1. Pengumpulan Data *Voice of Customer*

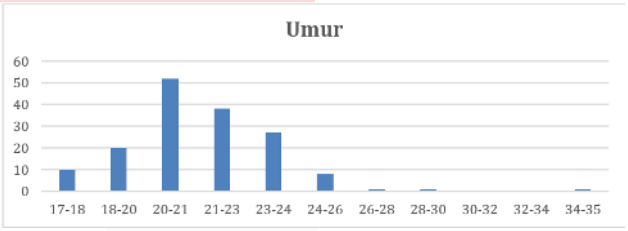


GAMBAR 3
(Jenis Kelamin)

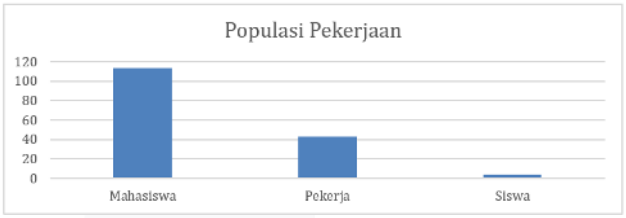


GAMBAR 4
(Domisili pengguna barang *Thrifting* pada UMKM A, B dan C)

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner terbuka kepada 160 responden untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen produk *thrifting*. Hasilnya diperoleh lima kategori utama kebutuhan konsumen yang dirumuskan menjadi need statement dan dijadikan dasar penyusunan kuesioner pertama. Karakteristik responden didominasi oleh laki-laki sebesar 57% dan perempuan 43%. Mayoritas responden berdomisili di wilayah Purwokerto dan sekitarnya, dengan konsentrasi tertinggi di Purwokerto Utara.



GAMBAR 5
(Umur Responden)



GAMBAR 6
(Populasi pekerjaan pada kuisioner pertama)

Hasil kuesioner pertama menunjukkan responden didominasi usia dewasa muda 18–24 tahun, dengan jumlah tertinggi pada rentang 20–21 tahun. Berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden berstatus mahasiswa, diikuti responden yang sudah bekerja dan sebagian kecil siswa. Temuan ini mengindikasikan bahwa pasar utama produk thrifting berasal dari kalangan mahasiswa usia muda. Seluruh hasil kuesioner dirumuskan menjadi need statement yang selanjutnya digunakan dalam kuesioner lanjutan dengan skala Likert untuk mengukur tingkat kepentingan konsumen.

2. Pengumpulan data kepentingan *Need Statment*

TABEL 2
(*Customer Needs*)

Need statement	**Rata-rata**
Pakaian *thrifting* branded dan vintage	3,21
Mengikuti trend *fashion* terkini	3,28
Pakaian memiliki kondisi fisik yang baik	3,36
Pakaian *thrifting* dengan merk original	3,17
Pakaian *thrifting* yang dijual sesuai dengan kualitas dan harga barang yang ditawarkan	3,56

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup kedua dengan skala Likert 1–4 untuk mengukur tingkat kepentingan *need statement* konsumen. Seluruh

pernyataan memperoleh nilai rata-rata di atas 3, menunjukkan tingkat persetujuan responden yang tinggi. Kebutuhan paling prioritas adalah kesesuaian kualitas dan harga, diikuti kondisi fisik produk dan tren fashion. Hasil penilaian ini digunakan sebagai dasar penyusunan *House of Quality* (HoQ) untuk merumuskan rekomendasi bagi UMKM *thrifting*.

B. Pengolahan Data

1. *Need Statement*

Data *Voice of Customer* dari kuesioner terbuka digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan harapan konsumen produk *thrifting*. Jawaban responden dikelompokkan dan dirumuskan menjadi lima *need statement* utama tanpa mengarah pada solusi teknis, yaitu:

a. Pakaian *thrifting branded* dan vintage
b. Mengikuti trend *fashion* terkini
c. Pakaian memiliki kondisi fisik yang baik
d. Pakaian *thrifting* dengan merk original
e. Pakaian *thrifting* yang dijual sesuai dengan kualitas dan harga barang yang ditawarkan

Hasil VOC menunjukkan konsumen mengutamakan kualitas fisik yang baik, estetika menarik, serta kesesuaian dengan tren fashion. Selain itu, konsumen menekankan keaslian produk dan kesesuaian antara harga dan kualitas yang ditawarkan.

2. Validitas dan Reliabilitas Data Kepentingan

TABEL 3
(Hasil Uji Validitas)

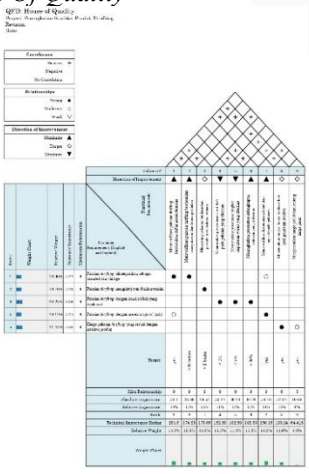
Item	Pearson Correlation	Keterangan
P1	.332	Valid
P2	.671	Valid
P3	.873	Valid
P4	.859	Valid
P5	.403	Valid

TABEL 4
(Hasil Uji Reliabilitas)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
. 658	5

Hasil uji validitas menunjukkan seluruh item pernyataan P1–P5 valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel 0,1443. Uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,658 sehingga kuesioner dinyatakan reliabel. Data yang valid dan reliabel selanjutnya digunakan sebagai Voice of Customer untuk menentukan kepentingan konsumen.

3. *Matrix House Of Quality*



GAMBAR 7
(House of Quality)

a. *Customer Important* (CI)

TABEL 5
(*Customer Important*)

CI	Atribut Voice Of Customer
3,21	Pakaian *thrifting* branded dan vintage
3,28	Mengikuti trend *fashion* terkini
3,36	Pakaian memiliki kondisi fisik yang baik
3,17	Pakaian *thrifting* dengan merk original
3,56	Pakaian *thrifting* yang dijual sesuai dengan kualitas dan harga barang yang ditawarkan

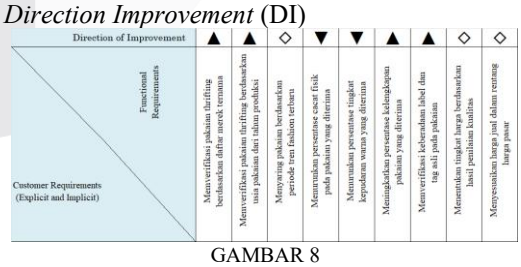
Atribut kesesuaian kualitas dan harga memiliki nilai *Customer Importance* tertinggi, sehingga menjadi prioritas utama konsumen. Kondisi fisik produk dan tren fashion juga berperan penting dalam keputusan pembelian. Secara keseluruhan, konsumen thrifting lebih mengutamakan kualitas nyata dan nilai produk dibandingkan identitas merek.

b. *Customer Requirement* dan *Functional Requirements*

Analisis kebutuhan sistem difokuskan pada pemenuhan kualitas, keaslian, relevansi tren, dan kesesuaian harga pakaian *thrifting* yang ditawarkan kepada konsumen. Setiap *Customer Requirement* diterjemahkan ke dalam *Functional Requirement* yang bersifat operasional, terukur, dan memiliki target yang jelas sebagai dasar evaluasi kualitas produk. Kebutuhan utama mencakup klasifikasi pakaian branded dan vintage melalui verifikasi merek ternama serta penentuan usia produksi di atas 25 tahun. Selain itu, penyaringan tren dilakukan dengan membatasi periode tren maksimal dua bulan agar produk tetap relevan dengan preferensi pasar.

Kondisi fisik dan keaslian produk menjadi aspek krusial melalui penilaian cacat fisik, tingkat kepudaran warna, kelengkapan pakaian, serta verifikasi label dan tag asli. Standar kualitas ditetapkan dengan target cacat kurang dari 3%, kepudaran warna di bawah 5%, dan kelengkapan lebih dari 95% untuk menjamin kelayakan jual. Seluruh hasil evaluasi tersebut diintegrasikan dalam penentuan harga berbasis kualitas yang disesuaikan dengan rentang harga pasar. Dengan demikian, *Functional Requirement* berperan strategis dalam menciptakan proses penilaian yang objektif, konsisten, serta meningkatkan daya saing dan kepercayaan konsumen terhadap produk *thrifting*.

c. *Direction Improvement* (DI)

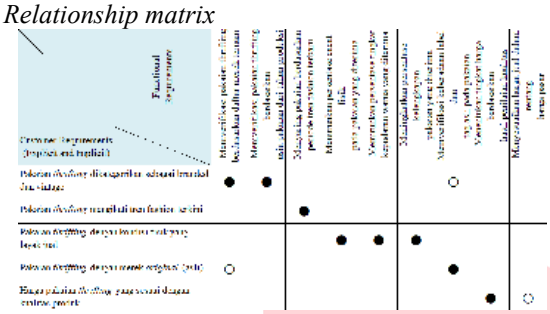


GAMBAR 8
(*Direction Improvement* (DI) Matrixs HOQ)

Direction of Improvement (DI) pada *House of Quality* (QFD) menunjukkan arah perbaikan antara *Customer Requirements* dan *Functional Requirements* sebagai respon teknis peningkatan kualitas produk thrifting. Panah ke atas (↑) menandakan bahwa peningkatan akurasi verifikasi merek, usia produksi, kelengkapan atribut, serta keberadaan label dan tag asli akan meningkatkan persepsi kualitas dan kepercayaan konsumen. Panah ke bawah (↓)

menunjukkan bahwa penurunan tingkat cacat fisik dan kepudaran warna berkontribusi langsung pada kelayakan dan daya tarik visual produk. Sementara itu, simbol belah ketupat (◇) digunakan pada aspek relevansi tren dan penetapan harga karena keduanya harus berada pada kondisi optimal, seimbang antara kualitas, preferensi pasar, dan daya beli konsumen.

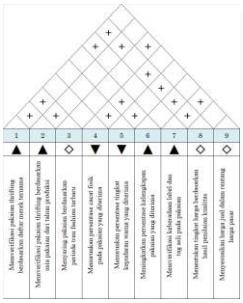
d. *Relationship matrix*



GAMBAR 9
(Relationship matrix)

Relationship *matrix* menunjukkan hubungan antara kebutuhan pelanggan dan kebutuhan fungsional pada produk pakaian thrifting. Simbol lingkaran hitam menandakan hubungan kuat, sedangkan lingkaran kosong menunjukkan hubungan lemah antara keduanya. Matriks ini membantu menentukan aspek fungsional yang perlu diprioritaskan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

e. *Technical Correlation*



GAMBAR 10
(Technical Correlation)

Technical correlation pada *House of Quality* menunjukkan hubungan positif antar *Functional Requirements* dalam pengelolaan produk pakaian *thrifting*. Sebagian besar FR saling berkaitan, terutama dalam aspek keaslian, kondisi fisik, tren *fashion*, dan kelengkapan produk yang memengaruhi penilaian kualitas. Penentuan harga berbasis kualitas (FR8) menjadi elemen kunci karena terintegrasi dengan hampir seluruh FR lainnya.

f. *Absolute Importance* (AI) dan *Relative Importance* (RI)

TABEL 6
(Absolute Importance)

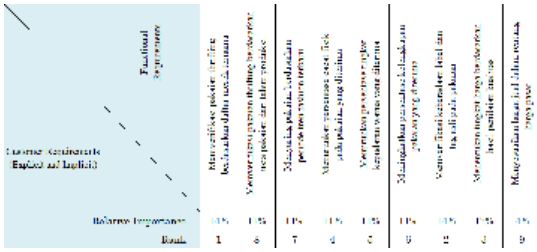
Technical Response	*Absolute Importance*
Memverifikasi pakaian *thrifting* berdasarkan daftar merek ternama	38,4
Memverifikasi pakaian *thrifting* Berdasarkan usia pakaian dari tahun produksi	28,89
Menyaring pakaian berdasarkan periode tren *fashion* terbaru	29,52
Menurunkan persentase cacat fisik pada pakaian yang diterima	30,24
Menurunkan persentase tingkat kepudaran warna yang diterima	30,24
Meningkatkan persentase kelengkapan pakaian yang diterima	30,24
Memverifikasi keberadaan label dan tag asli pada pakaian	38,16
Menentukan tingkat harga berdasarkan hasil penilaian kualitas	32,04
Menyesuaikan harga jual dalam rentang harga pasar	10,68

Technical Response dengan *Absolute Importance* tertinggi adalah verifikasi merek ternama dan keaslian label, menunjukkan bahwa aspek keaslian menjadi prioritas utama kualitas produk *thrifting*. Penetapan harga berbasis kualitas serta kondisi fisik produk memiliki tingkat kepentingan tinggi dan relatif seimbang dalam menentukan nilai jual. Sementara itu, tren *fashion*, usia pakaian, dan penyesuaian harga pasar berperan sebagai faktor pendukung setelah aspek kualitas dan keaslian terpenuhi.

TABEL 7
(Relative Importance)

Technical Response	*Relative Importance*
Memverifikasi pakaian *thrifting* berdasarkan daftar merek ternama	14%
Memverifikasi pakaian *thrifting* Berdasarkan usia pakaian dari tahun produksi	11%
Menyaring pakaian berdasarkan periode tren *fashion* terbaru	11%
Menurunkan persentase cacat fisik pada pakaian yang diterima	11%
Menurunkan persentase tingkat kepudaran warna yang diterima	11%
Meningkatkan persentase kelengkapan pakaian yang diterima	11%
Memverifikasi keberadaan label dan tag asli pada pakaian	14%
Menentukan tingkat harga berdasarkan hasil penilaian kualitas	12%
Menyesuaikan harga jual dalam rentang harga pasar	4%

Respon teknis dengan prioritas tertinggi adalah penetapan kriteria merek berkualitas serta ketersediaan label dan tag asli, sedangkan penyesuaian harga pasar menjadi prioritas terendah. Bobot *Absolute Importance* dan *Relative Importance* menunjukkan urutan prioritas teknis sebagai dasar pengambilan keputusan pengembangan produk. Hasil *Voice of Customer* menunjukkan konsumen *thrifting* didominasi generasi muda mahasiswa yang sensitif terhadap kualitas, tren, dan nilai produk. Konsumen menuntut kondisi fisik yang baik, keaslian merek, kesesuaian tren, serta keseimbangan antara harga dan kualitas. Melalui metode QFD, kebutuhan konsumen diterjemahkan ke dalam sembilan respon teknis utama sebagai acuan pengelolaan kualitas produk *thrifting* UMKM.



GAMBAR 11
(Ranking pada perbaikan HoQ)

Hasil *Relative Importance* menunjukkan bahwa verifikasi keaslian merek dan label menjadi prioritas utama karena sangat memengaruhi kepercayaan

konsumen dalam sistem *blind pick*. Penetapan harga berbasis kualitas serta pengendalian kondisi fisik produk menjadi faktor penting berikutnya dalam menekan barang tidak terjual dan fluktuasi profit. Temuan ini menegaskan bahwa permasalahan utama UMKM *thrifting* terletak pada inkonsistensi kualitas dan keaslian produk, sehingga penerapan QFD menjadi pendekatan yang tepat.

4. Penyusunan Rekomendasi Standar Kriteria Produk

TABEL 8
(Rekomendasi Perbaikan)

Customer Requirement	**Kondisi *Existing***	**Rekomendasi Perbaikan**
Pakaian *thrifting* dikategorikan sebagai branded dan vintage	Klasifikasi branded dan vintage belum memiliki standar verifikasi yang jelas	Memverifikasi pakaian thrifting berdasarkan daftar merek ternama
	Penentuan kategori vintage belum mempertimbangkan usia pakaian	Memverifikasi pakaian thrifting berdasarkan usia pakaian dari tahun produksi
Pakaian *thrifting* mengikuti tren *fashion* terkini	Penyaringan tren masih dilakukan secara subjektif	Menyaring pakaian berdasarkan periode tren fashion terbaru
Pakaian *thrifting* dengan kondisi fisik yang layak jual	Masih ditemukan pakaian dengan cacat fisik yang cukup tinggi	Menurunkan persentase cacat fisik pada pakaian yang diterima sebesar < 3%
	Tingkat kepudaran warna belum dibatasi secara kuantitatif	Menurunkan persentase tingkat kepudaran warna yang diterima sebesar < 5%
	Kelengkapan atribut pakaian belum menjadi kriteria utama sortir	Meningkatkan persentase kelengkapan pakaian yang diterima dengan batas minimal >95%
Pakaian *thrifting* dengan merek original (asli)	Proses autentikasi belum dilakukan secara konsisten	Memverifikasi keberadaan label dan tag asli pada pakaian
Harga pakaian *thrifting* yang sesuai dengan kualitas produk	Penetapan harga belum sepenuhnya berbasis kualitas produk	Menentukan tingkat harga berdasarkan hasil penilaian kualitas
	Harga jual belum selalu sesuai dengan harga pasar	Menyesuaikan harga jual dalam rentang harga pasar

Tabel tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara kebutuhan konsumen dan kondisi UMKM *thrifting* pada aspek kualitas, keaslian, dan penetapan harga. Ketiadaan standar kualitas terukur menyebabkan proses penyortiran dan penentuan harga menjadi subjektif dan meningkatkan risiko barang tidak terjual. Penerapan QFD menerjemahkan *voice of customer* ke dalam rekomendasi teknis terukur untuk meningkatkan kualitas produk dan stabilitas penjualan UMKM.

5. Penyusunan Dokumen Standar Operasional Prosedur (SOP)

TABEL 9
(Dokumen Prosedur)

No	**Tahap Proses**	**Aktivitas Utama**	**Kriteria**	**PJ**	***Output***
1	**Penerimaan Barang (*Blind Pick*)**	Menerima barang dari pemasok dan memberi kode batch	Barang diterima dalam kondisi campuran (*blind pick*)	Pemilik	Barang terdata per batch
2	**Penyortiran Awal**	Pemisahan berdasarkan jenis produk	Atasan, bawahan, outer, dll.	Tim QC	Kelompok barang
3	**Penilaian Kondisi Fisik**	Pemeriksaan cacat fisik	Robek ≤ 3%	Tim QC	Layak / Tidak layak
			Kepudaran warna ≤ 5%		
			Kelengkapan atribut ≥ 95%		
4	**Penentuan Kategori Produk**	Identifikasi usia pakaian	Vintage jika usia > 25 tahun	Tim QC	Kategori produk
		Identifikasi tren fashion	Tren ≤ 2 bulan		
5	**Penilaian Visual & Estetika**	Pemeriksaan tampilan produk	Tidak ada noda permanen	Tim QC	Siap / Perlu perbaikan
			Warna tidak pudar signifikan		
			Tampilan rapi & menarik		
6	**Proses Kebersihan**	Pencucian & sterilisasi	Bebas bau dan higienis	Tim Produksi	Produk bersih
7	**Verifikasi Keaslian**	Pemeriksaan label & tag	Label & tag asli tersedia	Tim QC	Status keaslian
			Detail jahitan & logo sesuai		
8	**Penetapan Harga**	Penilaian kualitas akhir	Kualitas fisik & estetika	Pemilik	Harga produk
		Klasifikasi harga	Premium / Medium / Ekonomis		
9	**Pencatatan Data**	Input data produk	Kategori, kondisi, harga	Pemilik	Dokumentasi data
10	**Evaluasi Berkala**	Analisis barang tidak terjual	Evaluasi standar kualitas	Pemilik	Perbaikan SOP

C. Verifikasi Hasil

Penelitian Olga & Rudihartati [1] menggunakan kuesioner skala Likert untuk menilai tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen, yang diuji validitasnya dengan korelasi *product moment* dan reliabilitasnya menggunakan Cronbach Alpha melalui SPSS. Seluruh item kuesioner dinyatakan valid dan reliabel karena nilai r-hitung > r-tabel, signifikansi < 0,05, serta Cronbach's Alpha > 0,70. Data kemudian dianalisis menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) melalui penyusunan matriks *House of Quality* untuk menentukan prioritas perbaikan.

Hasil analisis menunjukkan titik kritis pada kehandalan karyawan dalam pemilihan produk sesuai standar, sehingga diperlukan peningkatan pelatihan. Prioritas perbaikan meliputi peningkatan variasi layanan pemesanan (17,32%), kemudahan proses pemesanan (16,36%), dan kehandalan penyampaian informasi promosi (15,84%). Seluruh kebutuhan konsumen berhasil diterjemahkan ke dalam spesifikasi teknis HoQ yang memiliki hubungan dan bobot prioritas yang jelas serta sesuai dengan prinsip *Product Development* Ulrich.

D. Validasi

TABEL 10
(Validasi)

No	Permasalahan	Hasil Rancangan (Rekomendasi)	Identitas *Stakeholder*	Umpan Balik *Stakeholder*
1	Pakaian thrifting branded dan vintage belum terklasifikasi secara jelas	Verifikasi pakaian thrifting berdasarkan daftar merek ternamab. Verifikasi pakaian thrifting berdasarkan usia pakaian dari tahun produksi	Kepala Toko	**Valid**, rekomendasi dinilai sesuai dengan kebutuhan usaha karena membantu memastikan standar kualitas produk branded, memudahkan proses seleksi, dan berpotensi meningkatkan nilai jual. Penetapan usia pakaian (>25 tahun) juga dinilai relevan untuk memperjelas kategori vintage dan meningkatkan persepsi nilai produk di mata konsumen.
2	Produk belum konsisten mengikuti tren fashion terkini	Penyaringan pakaian berdasarkan periode tren fashion terbaru	Kepala Toko	**Valid**, pembatasan usia tren (<2 bulan) dinilai mampu meningkatkan kesesuaian produk dengan selera pasar serta mengurangi risiko produk tidak terjual akibat tren yang sudah usang.
3	Kondisi fisik pakaian yang diterima belum seragam dan terukur	Menurunkan persentase cacat fisik pakaian yang diterimab. Menurunkan persentase tingkat kepudaran warnac. Meningkatkan persentase kelengkapan pakaian	Kepala Toko	**Valid**, batas cacat fisik <3% membuat proses sortir lebih objektif dan memastikan hanya pakaian layak jual yang dipasarkan.b Batas kepudaran warna <5% juga dinilai mampu menjaga kualitas visual dan daya tarik produk. Serta, standar kelengkapan ≥95% memastikan produk tetap fungsional dan bernilai jual wajar.
4	Keaslian merek pakaian belum diverifikasi secara konsisten	Verifikasi keberadaan label dan tag asli	Kepala Toko	**Valid**, target biner "Yes" dinilai memudahkan proses autentikasi, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan mengurangi potensi komplain terkait keaslian produk.
5	Ketidaksesuaian antara kualitas produk dan harga jual	Penentuan tingkat harga berdasarkan hasil penilaian kualitasb. Penyesuaian harga jual dalam rentang harga pasar	Kepala Toko	**Valid**, penetapan harga berbasis kualitas dinilai mampu menciptakan konsistensi nilai produk dan meningkatkan kepuasan konsumen.

No	Permasalahan	Hasil Rancangan (Rekomendasi)	Identitas *Stakeholder*	Umpan Balik *Stakeholder*
				Penyesuaian harga dalam rentang pasar dinilai penting untuk menjaga daya saing produk sekaligus stabilitas keuntungan UMKM.

Hasil validasi menunjukkan seluruh rekomendasi standar produk *thrifting* berbasis QFD dinyatakan valid dan sesuai dengan permasalahan UMKM A, B, dan C. Rekomendasi tersebut mampu menjawab isu ketidakkonsistenan kualitas, ketidaksesuaian harga, dan tingginya risiko barang tidak terjual. Penetapan standar kualitas membantu proses seleksi produk menjadi lebih objektif dan terukur. Secara keseluruhan, rekomendasi dinilai aplikatif dan berpotensi meningkatkan daya tarik serta stabilitas penjualan UMKM thrifting.

E. Analisis Penyelesaian Masalah

Analisis penyelesaian masalah dilakukan melalui wawancara dengan stakeholder untuk memperoleh saran, validasi, dan umpan balik. Rekomendasi pemilihan barang berdasarkan kriteria merek berkualitas dinilai valid karena relevan, bernilai guna tinggi, dan berpotensi memberi keuntungan jangka panjang. Penetapan usia pakaian thrifting mengklasifikasikan pakaian di atas 25 tahun sebagai vintage dan dinilai mampu meningkatkan nilai kualitas serta harga jual. Pembatasan usia tren *fashion* terbaru diterapkan untuk mengendalikan perubahan tren yang terlalu cepat. Solusi ini dinilai sesuai karena memberikan kejelasan standar produk dan mengurangi risiko tren usang.

Penentuan batas cacat fisik kurang dari 3% dinilai efektif menjaga kualitas produk dan meminimalkan ketidakpuasan konsumen. Penetapan tingkat kepudaran warna kurang dari 5% membantu menjaga kualitas visual dan daya tarik pakaian *thrifting*. Standar kelengkapan pakaian minimal 95% memastikan produk layak pakai dan konsisten secara mutu. Penetapan ketersediaan label dan tag asli menjadi indikator utama keaslian produk. Seluruh rekomendasi tersebut telah divalidasi dan mendapat respons positif dari *stakeholder*. Penerapan standar ini mendukung peningkatan kepercayaan konsumen dan pengendalian mutu produk *thrifting*.

Penetapan harga berdasarkan tingkat kualitas pakaian dinyatakan valid karena mencerminkan kualitas produk secara konsisten dan mendapat respons positif dari *stakeholder*. Kesesuaian harga dan kualitas menjadi target wajib agar konsumen memperoleh nilai yang sepadan. Penyesuaian harga dalam rentang pasar juga dinilai penting untuk menjaga daya saing dan relevansi produk melalui evaluasi harga secara berkala.

F. Analisis Implementasi

Implementasi QFD pada UMKM thrifting bertujuan meningkatkan kualitas produk secara sistematis berdasarkan hasil validasi bersama stakeholder. Pendekatan *Voice of Customer* (VoC) digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen, seperti kondisi fisik yang layak, keaslian merek, dan kesesuaian harga dengan kualitas produk. Kebutuhan tersebut kemudian diterjemahkan melalui *Quality Function Deployment* (QFD) ke dalam spesifikasi teknis yang dapat diterapkan dalam proses pemilihan produk. Penerapan ini menuntut pemahaman terhadap sumber daya,

termasuk ketersediaan barang berkualitas, proses perbaikan, tenaga kerja terampil, dan sistem manajemen inventaris yang efisien.

Dalam praktiknya, UMKM *thrifting* menghadapi kendala berupa ketidakkonsistenan kualitas stok akibat variasi kondisi barang bekas. Masalah seperti cacat fisik, kebersihan, dan ketidaksesuaian ekspektasi konsumen menyulitkan pengendalian kualitas produk. Penentuan harga yang objektif dan transparan juga menjadi tantangan karena belum adanya standar penilaian yang baku. Oleh karena itu, penerapan QFD melalui analisis VoC dan matriks *House of Quality* diharapkan mampu mengatasi kendala tersebut serta meningkatkan kepercayaan, loyalitas konsumen, dan daya saing UMKM *thrifting*.

G. Implikasi Tugas Akhir

Implementasi metode *Quality Function Deployment* (QFD) pada UMKM *thrifting* memberikan implikasi strategis bagi seluruh *stakeholder* dalam peningkatan kualitas produk. Analisis *Voice of Customer* (VoC) berhasil mengidentifikasi kebutuhan konsumen, seperti kondisi fisik yang layak, keaslian merek, dan kesesuaian harga dengan kualitas. Kebutuhan tersebut diterjemahkan ke dalam need statement yang jelas dan diimplementasikan sebagai respon teknis melalui matriks *House of Quality* (HoQ). Penerapan QFD menghasilkan standar seleksi dan penetapan harga yang lebih terstruktur, meningkatkan kepercayaan konsumen, kepuasan pasar, serta daya saing UMKM *thrifting*.

V. KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi kebutuhan dan harapan konsumen produk thrifting yang berfokus pada kondisi fisik barang, keaslian merek, dan kesesuaian harga dengan kualitas. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas fisik dan estetika menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian, terutama pada produk *branded*, vintage, dan sesuai tren fashion terkini. Pendekatan *Voice of Customer* (VoC) terbukti penting dalam memahami preferensi pasar secara komprehensif. Melalui analisis *Quality Function Deployment* (QFD), atribut kualitas prioritas dapat ditetapkan secara sistematis dan terukur. Penelitian ini juga menghasilkan rekomendasi standar kualitas yang mencakup batas toleransi cacat fisik, kepudaran warna, kelengkapan atribut, serta relevansi tren *fashion*. Penerapan standar tersebut berpotensi meningkatkan kepuasan konsumen, daya saing produk, dan keberlanjutan usaha UMKM *thrifting*.

REFERENSI

[1] H. Yunnisa, A. Pradesti, U. Islam, and S. Y. Tangerang, "Analisi Campaign Influencer Tyna Dwijayanti Dalam Membangun Brand Awareness Terhadap Produk Fashion Lokal Di Instagram (Studi Kasus Pada Oemah Etnik)," *J. Soc. Sci. Res.*, vol. 4, pp. 4756–4772, 2024.

[2] M. D. Kemba, "Trend thrifting sebagai gaya hidup baru di masyarakat kota malang," 2023.

[3] A. Arumsari and F. Nursari, "PELUANG PENGEMBANGAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN PADA," vol. 7, no. April, pp. 11–16, 2024.

[4] A. R. Muhammad, Y. H. Meliala, and C. E. Putri, "Pengaruh Social Media Marketing Instagram @ erigostore Terhadap Minat Beli Melalui Brand Awareness," vol. 11, no. 1, 2025.

[5] E. B. Ginting, "IMPLEMENTASI DIGITAL DISRUPTIVE TECHNOLOGY," 2022.

[6] Oleh: and U. R. OKTAVIANI, *PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIN BEKAS PADA KONSUMEN DI KOTA PURWOKERTO*. 2022.

[7] F. Hidayah, H. M. K. Sari, and M. Hariasih, "Niat Terhadap Pakaian Bekas Impor di Sidoarjo Sebuah Studi Konsumen," *Interact. Commun. Stud. J.*, vol. 1, no. 2, pp. 204–220, 2024, doi: 10.47134/interaction.v1i2.2934.

[8] M. Antri Arta, M. Agus Salim Lutfi, Agus Eko Sujianto, "Analisis Penentuan Harga Jual pada Usaha Thrifting di @mozza.thriift," vol. 7, no. 1, pp. 1–10, 2024.

[9] S. LIANDINI, "PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK PAKAIAN SECONDHAND IMPOR PADA GENERASI Z DI KOTA TANJUNGPINANG," pp. 20–23, 2023.

[10] P. Aswadana, D. A. S. Rahayu, and M. A. A. Effendy, "Pandangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya Terhadap Perubahan Gaya Hidup Akibat Fenomena Thrifting," *Univ. Negeri Surabaya 2022* |, vol. 532, pp. 532–540, 2022.

[11] S. C. Abigail Putri, Camilla Divie, "TREN THRIFTING DI KALANGAN ANAK MUDA DI JAKARTA (PROJECT VIDEO BERITA FEATURE)," 2023.

[12] A. H. YADI, "IMPLEMENTASI PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN NOMOR 40 TAHUN 2022 TENTANG BARANG DILARANG EKSPOR DAN DILARANG IMPOR MENURUT FIQH SIYASAH," 2024.

[13] A. ALFANIS, "KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN LAMPUNG MENURUT ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Pada Konsumen Thrift Kota Bandar Lampung) BEKAS / THRIFT DAN DAMPAKNYA LAMPUNG MENURUT ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Pada Konsumen Thrift Kota Bandar Lampung)," 2024.

[14] F. Oktrichaendy, A. Pradhanawati, H. D. Waloejo, D. A. Bisnis, and U. Diponegoro, "TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LOST IN COFFEE Pendahuluan," vol. 11, no. 3, pp. 452–460, 2022.

[15] H. Utarsih, "Analisis Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Thrifting Pasar

Cimol Gedebage," vol. 3, no. 2, pp. 170–177, 2024.

[16] R. S. Wahyuni, E. Nursubiyantoro, and G. Awaliah, "Perancangan dan Pengembangan Produk Helm Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD)," *OPSI*, vol. 13, no. 1, p. 6, 2020, doi: 10.31315/opsi.v13i1.3466.

[17] B. M. D. Viasti Intan Permata, "PENINGKATAN KUALITAS RESTORAN DENGAN PENDEKATAN QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)," vol. 9, pp. 1–15, 2020.

[18] K. Dwijayanti, M. C. Zulfa, and D. Rohmawati, "PERANCANGAN KURSI BONCENG ANAK USIA 1-3 TAHUN UNTUK MOTOR," vol. 9, 2018.

[19] S. Nabilah, E. F. X. Fernandez, and S. Mulyawati, "Penerapan Metode Quality Function Deployment (QFD) untuk Meningkatkan Kualitas Produk Olahan Buah di Kecamatan Batukliang Kabupaten Lombok Tengah," *JASINTEK V*, vol. 5, no. 1, pp. 10–19, 2023.

[20] D. P. Andriani, I. Hamdala, S. E. Swara, and H. Fadli, "Perancangan Business Digital Platform dalam Mendukung Keberlanjutan IKM dengan Pendekatan Quality Function Deployment," vol. 6869, 2020, doi: 10.23917/jiti.v18i1.7027.

[21] R. B. Jakaria, W. Sumarmi, T. Industri, U. M. Sidoarjo, T. Mesin, and U. M. Sidoarjo, "Menentukan Variabel Desain Iklan Menggunakan Voice of Customer," vol. 8, no. 1, pp. 99–108, 2022.