

Konsultasi Penggunaan Metode *Fish Bone* Untuk Menganalisis Permasalahan Bisnis Kaos Oblong di Patrun.id

Sir Kalifatullah Ermaya¹, Iwan Mulyana²

^{1,2}Institut Manajemen Koperasi Indonesia (Ikopin)
sir@ikopin.ac.id, iwan_mulyana@ikopin.ac.id

Abstrak

Mutu dari suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen merupakan suatu keniscayaan dalam aktivitas bisnis. Aktivitas bisnis yang baik harus bisa memenuhi keinginan konsumennya. Patrun.Id merupakan suatu toko *reseller* kaos oblong berlokasi di Jl. Sayang, Jatinangor. Selama ini Patrun.Id belum pernah memperhatikan manajemen mutu yang ada di dalam perusahaannya, sehingga Patrun.Id harus berjuang untuk memperbaiki segala kekurangan yang ada di dalam perusahaannya. Dengan latar belakang inilah penulis memberikan konsultasi untuk menganalisis permasalahan apa saja yang sedang dialami oleh bisnis ini. Penulis, bersama pemilik toko, melakukan sesi *brainstorming* (tukar pikiran) untuk menghasilkan diagram *fishbone* (tulang ikan), sehingga pada akhirnya akan diketahui akar permasalahan yang terjadi di dalam bisnis ini. Adapun masalah yang paling prioritas yang ada di dalam bisnis ini adalah: *layout* ruangan yang tidak menarik, metode penjualan masih konvensional dan harga kaos yang tidak kompetitif. Setelah itu, penulis memberikan masukan dan saran untuk memperbaiki masalah yang terjadi.

Kata Kunci: Kaos Oblong, Manajemen Mutu, Diagram *Fishbone*

I. PENDAHULUAN

Dalam kehidupan kita sehari-hari, seringkali kita mendengar istilah kualitas. Kualitas memiliki makna yang berlainan bagi setiap orang dan tergantung pada konteksnya. Kualitas sendiri memiliki banyak kriteria yang berubah secara berkelanjutan. Setiap orang akan menilai dengan kriteria yang berlainan pula.

Orang akan sulit mendefinisikan kualitas dengan tepat. Meskipun demikian, kualitas dapat dirinci. Pelanggan yang ada di dalam bisnislah yang akan mendefinisikan kualitas dengan sangat jelas melalui spesifikasi barang yang ia gunakan, standarisasi dan ukuran lainnya. Secara umum, definisi kualitas berdasarkan kepada orientasi seseorang individu yang terlibat di dalamnya. Hal inilah yang melatarbelakangi Sallis (1996:12) menyebut kualitas sebagai konsep yang licin

(*slippery concept*). Sementara itu, Goetsch dan Davis (2013:4) menyatakan bahwa “*quality is a dynamic state associated with products, services, people, processes and environments that meets or exceeds expectations and helps produce superior value*”

Tujuan dari suatu organisasi memperhatikan kualitas barang ataupun jasa adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Jika organisasi gagal memenuhi kebutuhan dan keinginan para pelanggannya, maka kemungkinan besar mereka akan berpindah pada kompetitor. Oleh karena itulah suatu organisasi harus selalu melakukan *continuous improvement* agar hubungan dengan pelanggan terpelihara dengan baik.

Patrun.Id merupakan suatu toko yang menjual produk berupa *basic T-Shirt* dengan bahan premium *Cotton Combed 30s* yang

secara langsung dibeli dari Knitto Textiles, serta menyediakan layanan sablon satuan dan/atau lebih. Layaknya suatu bisnis pada umumnya, Patrun.Id sedang berada di dalam kondisi di mana mereka harus bisa melayani keinginan konsumen.

Saat ini, penjualan di Patrun.Id mengalami banyak penurunan. Ditambah lagi dengan adanya pandemik yang terus berkejang membuat perusahaan ini harus *survived* dan paham dengan makna dari kualitas suatu barang ataupun jasa agar penjual dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya.

Terdapat banyak metode yang dapat digunakan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas suatu barang ataupun jasa. Salah satu dari sekian banyak metode ini adalah *Seven Tools* yang diterapkan untuk memecahkan permasalahan yang berkaitan dengan kualitas (mutu). *Seven Tools* ini pertama kali diperkenalkan oleh Kaoru Ishikawa pada tahun 1968. Ketujuh alat tersebut adalah: *Check Sheet*, *Control Chart*, *Cause and Effect Diagram*, *Pareto Diagram*, *Histogram*, *Scatter Diagram* dan *Stratification*. (<https://ipqi.org/qc-seven-tools-tujuh-alat-pengendalian-kualitas/>).

Dengan melihat urgensinya, maka penulis akan melakukan pengabdian kepada masyarakat di toko Patrun.Id ini yaitu dengan cara memberikan konsultasi dan memperkenalkan suatu metode yang dapat digunakan untuk mengetahui kualitas dari pelayanan toko ini, yang mana nantinya hasil dari metode ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pemilik toko, sehingga toko dapat memperbaiki kualitasnya.

Adapun batasan yang dilakukan di dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah: 1. Kegiatan hanya dilakukan sebatas pada toko Patrun.Id; 2. Metode yang digunakan adalah hanya dengan memberikan konsultasi untuk menganalisis permasalahan

bisnis dengan menggunakan diagram *fish bone*.

II. METODE

Kegiatan konsultasi ini dilakukan dengan metode partisipatif; di mana peneliti dan pemilik toko berperan aktif di dalam melakukan sesi *brainstorming* dengan menggunakan diagram afinitas yang digunakan untuk mengumpulkan data verbal yang berjumlah banyak/kompleks dan mengelompokkannya ke dalam group sesuai dengan hubungan naturalnya.

Urutan aktivitas yang akan dilakukan adalah:

1. Menyatakan pokok persoalan atau masalah yang akan diselesaikan.
2. Mengumpulkan gagasan atas pokok persoalan yang telah ditentukan.
3. Mengumpulkan kertas-tempel.
4. Mengatur kartu/kertas tempel ke dalam kelompok yang saling berkaitan
5. Menciptakan judul untuk setiap kelompok.
6. Menentukan langkah selanjutnya.

Untuk menunjang efektivitas kegiatan ini, beberapa media digunakan seperti alat tulis, meja, dan kursi. Sesi ini dilaksanakan secara *offline* dari pukul 09.00 hingga 12.00 bertempat di Patrun.Id di Jl. Kolonel Ahmad Syam No.200, Sayang, Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45363 Telepon: 088218548471. Seluruh kegiatan mengikuti protokol kesehatan dalam masa pandemik ini yaitu dengan menjaga jarak, menggunakan masker dan *hand sanitizer*.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesi *brainstorming* dilaksanakan dengan beberapa kegiatan seperti diuraikan berikut ini:

1. Langkah #1 Menyatakan pokok persoalan atau masalah yang akan diselesaikan.

- a. Pada langkah pertama ini, penulis dan pemilik toko menyediakan batas waktu sesi, yaitu 45 menit.
- b. Selanjutnya penulis dan pemilik toko bersama-sama berdiskusi mengenai persoalan atau sasaran obyektif dan jelas yang disepakati. Di dalam kasus ini, masalah yang terjadi adalah untuk mengetahui rendahnya penjualan kaos oblong yang ada di Patrun.Id

2. Langkah #2 Mengumpulkan gagasan atas pokok persoalan yang telah ditentukan.

Pada langkah ini, setiap partisipan (penulis dan pemilik toko) memikirkan berbagai gagasan dan menuliskannya pada kartu indeks, kertas-tempel, atau dicatat oleh seorang pencatat pada *post-it-notes*.

3. Langkah #3 Mengumpulkan kertas-tempel

Pada langkah ini, semua kartu dikumpulkan kemudian disebarkan pada permukaan datar (pada kasus ini adalah meja).

4. Langkah #4 Mengatur kartu/ kertas tempel ke dalam kelompok yang saling berkaitan

Setiap partisipan harus mengambil kartu/ kertas tempel yang bertuliskan gagasan yang saling berkaitan dan memisahkannya. Ulangi hingga semua kartu telah ditempatkan di dalam kelompoknya.

5. Langkah #5 Menciptakan judul untuk setiap kelompok.

Pada langkah ini, hal yang dilakukan adalah:

- a. Kembangkan sebuah judul yang paling menggambarkan tema setiap kelompok kartu.
- b. Judul harus pendek dan menggambarkan tema/ fokus utama kelompok yang diwakilinya.
- c. Untuk melihat hubungan tambahan, tempatkan kelompok yang mirip berdampingan satu sama lain.
- d. Jika kelompok tersebut sangat mirip, gabungkan dua atau lebih kelompok ke dalam sebuah kelompok besar dengan judul baru.
- e. Lanjutkan proses ini hingga semua partisipan sepatutnya dengan pengelompokan kartu.

6. Langkah #6 Menentukan langkah selanjutnya

Pada langkah ini, sesi diagram afinitas bisa dikatakan selesai jika:

- a. Partisipan telah berhasil mengidentifikasi kelompok utama.
- b. Partisipan telah ditugasi untuk mengkomunikasikan dan atau mengedarkan diagram kepada yang lain agar dikomentari dan diberi tambahan gagasan.

Selanjutnya, partisipan mengimplementasikan semua permasalahan yang ada pada diagram afinitas ini ke dalam diagram sebab akibat (*fish bone*). Diagram sebab akibat (*fish bone*) merupakan salah satu dari banyak alat yang dapat membantu mengidentifikasi lokasi yang mungkin dari terjadinya masalah mutu dan lokasi pemeriksaan (Render & Heizer, 2001:107). Cara untuk memulai suatu diagram sebab-akibat adalah biasanya dengan menggunakan

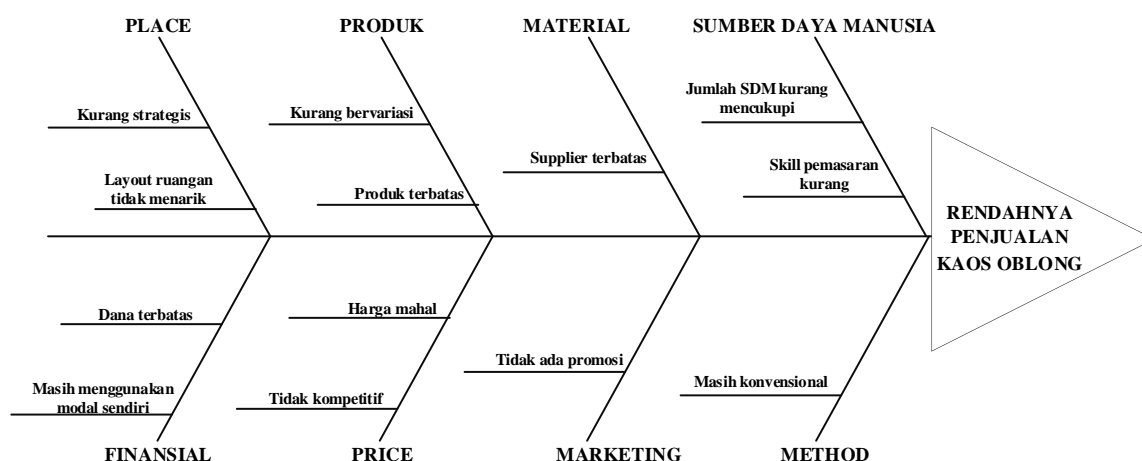
kategori yang disesuaikan dengan kondisi yang ada di lapangan.

Adapun langkah yang harus dilakukan untuk membuat diagram ini adalah:

1. Langkah #1 Membuat kerangka diagram sebab akibat.
2. Langkah #2 Mengidentifikasi akibat yang ada. Akibat yang muncul ditulis ke dalam kepala ikan. Akibat yang muncul ini merupakan pokok persoalan atau masalah yang ingin

dicari penyebabnya. Di sini adalah rendahnya penjualan kaos oblong.

3. Langkah #3 Mengidentifikasi berbagai kategori sebab utama di dalam tulang ikan.
4. Langkah #4 Mencari penyebab potensial yang diambil dari sesi *brainstorming* yang telah dilakukan.
5. Langkah #5 Mengkaji kembali setiap kategori penyebab utama.



Gambar 1.
Diagram Tulang Ikan untuk Kasus Rendahnya Penjualan Kaos Oblong di Patrun.Id

Dari hasil diagram tulang ikan (*fish bone*) tersebut, maka penulis membuat pertanyaan dari tiga masalah yang paling prioritas pada setiap kategorinya. Bertanya mengapa beberapa kali akan mengarahkan penulis

untuk sampai kepada akar penyebab masalah, sehingga tindakan yang sesuai pada akar penyebab masalah yang ditemukan itu akan menghilangkan masalah yang sesungguhnya (Ermaya, 2019:115).

Tabel 1.
Bertanya Mengapa Beberapa Kali untuk Menemukan Akar Penyebab Masalah pada Place (Tempat)

| No | Bertanya Mengapa | Jawaban |
|----|---|---|
| 1 | Mengapa <i>layout</i> ruangan tidak menarik? | Karena <i>layout</i> berantakan dan terkesan tidak rapi. |
| 2 | Mengapa <i>layout</i> berantakan dan terkesan tidak rapi? | Karena banyak barang lain yang tidak dijual digabungkan di toko |
| 3 | Mengapa banyak barang lain yang tidak dijual digabungkan di toko? | Karena pemilik mengira hal itu bukan suatu masalah |

| No | Bertanya Mengapa | Jawaban |
|----|--|--|
| 4 | Mengapa pemilik mengira hal itu bukan suatu masalah? | Karena pemilik tidak paham dengan teori tata letak barang di dalam toko. |
| 5 | Mengapa pemilik tidak paham teori tata letak barang di dalam toko? | Karena pemilik tidak pernah mengikuti seminar <i>layout plan</i> . |

Dari tabel di atas, terlihat jelas bahwa akar penyebab masalah pada *place* (tempat) adalah karena pemilik tidak pernah mengikuti seminar *layout plan*. Untuk menyelesaikan permasalahan ini, sebaiknya pemilik segera mencari informasi mengenai pelatihan seminar *layout plan* atau pun mencari informasi/artikel terkait di *Google* ataupun

YouTube. *Lay out plan* merupakan hal yang penting di dalam menjual barang secara *offline*. *Layout plan* yang buruk akan membawa *image brand* yang tidak menarik pada produk. Oleh karena itu, sebaiknya pemilik segera memperbaiki *layout plan* dengan dibantu oleh anak atau kerabatnya.

Tabel 2
Bertanya Mengapa Beberapa Kali untuk Menemukan Akar Penyebab Masalah pada Metode

| No | Bertanya Mengapa | Jawaban |
|----|--|--|
| 1 | Mengapa metode penjualan yang dilakukan masih konvensional? | Karena pemilik tidak paham dengan metode penjualan. |
| 2 | Mengapa pemilik tidak paham dengan metode penjualan? | Karena pemilik tidak pernah mengikuti seminar penjualan barang |
| 3 | Mengapa pemilik tidak pernah mengikuti seminar penjualan barang? | Karena pemilik tidak tahu informasi mengenai adanya seminar |
| 4 | Mengapa pemilik tidak tahu informasi mengenai adanya seminar? | Karena pemilik tidak pernah <i>searching</i> di <i>Google</i> |
| 5 | Mengapa pemilik tidak pernah <i>searching</i> di <i>Google</i> ? | Karena pemilik tidak paham mengoperasikan internet |

Dari tabel di atas, terlihat jelas bahwa akar penyebab masalah pada metode penjualan yang masih konvensional adalah karena pemilik tidak paham mengoperasikan internet. Untuk menyelesaikan permasalahan ini, sebaiknya pemilik dibantu oleh anak ataupun

rekan lain mempelajari cara mengoperasikan internet agar pemilik bisa *searching* informasi adanya seminar penjualan barang melalui media internet, seperti *Google*, *instagram*, *Facebook* atau lainnya.

Tabel 3
Bertanya Mengapa Beberapa Kali untuk Menemukan Akar Penyebab Masalah pada Price (Harga)

| No | Bertanya Mengapa | Jawaban |
|----|---|--|
| 1 | Mengapa harga kaos oblong di <i>Patrun.Id</i> tidak kompetitif? | Karena pemilik ingin mengambil lebih banyak keuntungan dari setiap item penjualan. |
| 2 | Mengapa pemilik ingin mengambil lebih banyak keuntungan dari setiap item penjualan? | Karena pemilik ingin cepat untung dengan barang yang seadanya. |

| No | Bertanya Mengapa | Jawaban |
|----|---|---|
| 3 | Mengapa pemilik ingin cepat untung dengan barang yang seadanya? | Karena pemilik ingin cepat balik modal. |
| 4 | Mengapa pemilik ingin cepat balik modal? | Karena pemilik ingin membeli lagi barang dagangan baru. |
| 5 | Mengapa pemilik ingin membeli lagi barang dagangan baru? | Karena pemilik tidak sabar dan takut rugi saat berjualan. |

Dari tabel di atas, terlihat jelas bahwa akar penyebab masalah pada harga kaos oblong yang tidak kompetitif adalah karena pemilik tidak sabar dan takut rugi saat berjualan. Untuk menyelesaikan permasalahan ini, sebaiknya pemilik mengubah *mindset* saat berjualan karena berdagang kaos oblong perputaran keuntungannya tidak cepat dan berulang-ulang seperti jika dibandingkan

menjual produk makanan ataupun produk farmasi. Selain itu, pemilik juga takut rugi sehingga harga untuk suatu kaos oblong di Patrun.Id adalah Rp40.000,00 *per piece* nya. Jika dibandingkan dengan produk-produk yang dijual di pasaran, produk dengan kualitas yang sama biasanya dijual hanya Rp30.000,00 Rp35.000,00 saja *per piece*-nya.



Gambar 2
Produk yang dijual di Patrun.Id



Gambar 3
Penulis sedang Melihat dan Mencoba Produk yang dijual di Patrun.Id

IV. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penulis telah melakukan observasi langsung ke toko Patrun.Id. Bersama-sama dengan pemilik toko, H. Iwan Mulyana SE, Msi., penulis melakukan sesi *brainstorming* dan pada akhirnya membuat diagram *fish bone*. Setelah itu, penulis memilih tiga masalah yang paling prioritas untuk diselesaikan. Adapun masalah ini adalah: *layout* ruangan yang tidak menarik, metode penjualan masih konvensional dan harga kaos yang tidak kompetitif.

Untuk menyelesaikan permasalahan pertama, sebaiknya pemilik segera mencari informasi mengenai pelatihan seminar *layout plan* atau pun mencari informasi/artikel terkait di internet. Untuk menyelesaikan permasalahan kedua, sebaiknya pemilik dibantu oleh anak ataupun rekan lain mempelajari cara mengoperasikan internet agar pemilik bisa *searching* informasi adanya seminar penjualan barang melalui media internet, seperti *Google*, *instagram*, *Facebook* atau lainnya. Untuk menyelesaikan permasalahan yang terakhir, sebaiknya pemilik mengubah *mindset* saat berjualan karena berdagang kaos oblong perputaran keuntungannya tidak cepat dan berulang-ulang seperti jika dibandingkan menjual produk makanan ataupun produk farmasi.

Saran

Untuk ke depannya, bisa dilakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan alat pengendali mutu lainnya. Selain itu, diharapkan pemilik toko dapat segera mengimplementasikan semua masukan yang diberikan oleh peneliti. Terakhir, sebaiknya pemilik toko menjual produk yang bervariasi (tidak hanya kaos oblong saja) sehingga dengan adanya diversifikasi produk, konsumen dapat memilih produk yang berbeda-beda.

BIBLIOGRAFI

- Ermaya, Sir Kalifatullah. (2019). Manajemen Mutu. Sumedang: Ikopin Press
- Goetsch, David L.; Davis, Stanley. (2013). Quality Management for Organizational Excellence 7th Edition. The United States: Pearson.
- Render, Barry; Heizer, Jay. (2001). Prinsip-prinsip Manajemen Operasi. Penerbit Salemba Empat
- Sallis, E. (1993). Total Quality Management in Education. London: Kogan Page Educational Management Series
- <https://ipqi.org/qc-seven-tools-tujuh-alat-pengendalian-kualitas>

