

PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PELANGGAN MENGUNAKAN METODE QFD (Studi Kasus di Toko Roti Unyil Venus Bogor)

Avensia Marisa¹ , Muchtar Darmawan²

^{1,2}Program Studi Teknik Industri Universitas Pancasila, Srengseng Sawah-Jagakarsa-DKI Jakarta (12940)

Email korespondensi: muchtar.darmawan@univpancasila.ac.id

ABSTRAK

Meningkatnya pertumbuhan industri roti di Kota Bogor membuat ketatnya persaingan industri roti di kota tersebut. Salah satu usaha roti yang mendapat tempat dalam persaingan industri roti di Kota Bogor adalah Toko Roti Unyil Venus (TRUVB). Untuk menangani dan mengantisipasi semakin meningkatnya pengaduan dari pelanggan maka Toko Roti Unyil Venus Bogor perlu meningkatkan kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini mencakup lima dimensi kualitas jasa yaitu keandalan, tanggapan, jaminan, kepedulian dan bukti fisik. Penelitian ini menggunakan tiga metode yaitu Service Quality (ServQual), Importance Performance Analysis (IPA) dan Quality Function Deployment (QFD). Berdasarkan data yang diperoleh dari ServQual, nilai rata-rata kualitas pelayanan mencapai 0,7955 dalam skala 0-1. Berdasarkan hasil IPA, terdapat 8 atribut pada kuadran A yang merupakan atribut yang dianggap penting namun kinerjanya belum sepenuhnya sesuai dengan harapan pelanggan yakni informasi ketersediaan variasi roti, pelayanan pengaduan pelanggan yang handal, kecepatan transaksi pembayaran, pembayaran non tunai, karyawan cepat merespon keluhan pelanggan, karyawan cepat menindaklanjuti keluhan pelanggan, karyawan berpengetahuan luas dan karyawan berpakaian rapi dan bersih. Untuk memperbaiki 8 atribut yang belum memuaskan pelanggan ini, maka berdasarkan hasil analisa QFD terdapat 8 usulan perbaikan yang dapat dilakukan yakni penambahan jumlah karyawan, pembuatan prosedur penanganan pengaduan pelanggan, evaluasi berkala, penambahan jumlah mesin kasir, program pelatihan rutin, integrasi mesin kasir dengan pembayaran non tunai, penambahan aturan alat pelindung diri berupa masker dan adanya sarana informasi ketersediaan variasi roti.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Servqual, Importance Performance Analysis, Quality Function Deployment, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

The growth of bakery industry in Bogor has an impact on increasing competition bakery industry in that industry. In Bogor, Toko Roti Unyil Venus Bogor is one of the bakery industries which take place in the competition. To handle and anticipate the increasing of complaints from customers, Toko Roti Unyil Venus Bogor needs to improve their service quality. The determinants of service quality in this research includes five dimensions : Reliability, Response, Assurance, Emphaty and Tangible. This research uses three methods: Service Quality (ServQual), Importance Performance Analysis (IPA) and Quality Function Deployment (QFD). Based on data obtained from ServQual, the average value of service quality reaches 0,7955 on a range 0-1. According to the results of IPA, there are 8 attributes in quadrant A which are the important attributes but their performance has not met all the customer expectations, those are availability of information of bread variations, reliable customer service, payment transaction speed, non cash payment, employee quickly respond customer complaints, employee quickly proceed customer complaints, knowledgeable employees, and well and clean employees clothes. To improve this 8 attributes that are not satisfying customers, based on the results of QFD, there are 8 suggestions for the improvements which are add number of employees, make customer service procedure, periodic evaluation program, add number of cashier machine, periodic employees training program, integration of cashier machine with non cash system, change the rule of personal protective equipment by adding a mask and availability of information of bread variations tools.

Keywords: Service Quality, Servqual, Importance Performance Analysis, Quality Function Deployment, Customer's Satisfaction

Citation: Marisa A., Muchtar Darmawan M. (2019). Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan Menggunakan Metode QFD (Studi Kasus di Toko Roti Unyil Venus Bogor). Jurnal Rekayasa dan Optimasi Sistem Industri, 01(2), 44-50, doi:xx.xxxxxx/jrosi.xx.x.xxx-xx

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi dan informasi telah banyak mengubah pola hidup masyarakat, termasuk

perubahan pola dalam mengonsumsi makanan. Kini masyarakat cenderung memilih makanan yang penyajiannya mudah dan cepat, salah satunya

adalah roti. Riset CIMB Principal Management tahun 2015 mengenai "Baking Prosperity" mengatakan konsumsi roti per kapita Indonesia telah tumbuh dari US\$ 0.8 pada tahun 2005 meningkat menjadi US\$ 3.6 pada tahun 2014. Riset tersebut juga menyatakan terdapat 3 (tiga) model bisnis industri roti Indonesia yaitu home or small sebanyak 70%, mass production sebanyak 18%, dan boutique bakery sebanyak 12% [1]. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dapat disimpulkan industri roti terbesar Indonesia adalah model industri home or small begitu pula dengan yang ada pada industri roti di Kota Bogor. Menurut data Disperindagkop tahun 2015 dan tahun 2017 terjadi peningkatan sebesar 17% dari tahun 2015 ke tahun 2017 [2; 3]. Hal ini mengakibatkan meningkatnya persaingan industri roti di Kota Bogor.

Salah satu usaha roti yang mendapat tempat dalam persaingan industri roti di Kota Bogor adalah Toko Roti Unyil Venus. Toko Roti Unyil Venus merupakan usaha keluarga yang memproduksi dan menjual produk roti manis dengan bentuk yang unik dengan ukuran yang kecil. Toko Roti Unyil Venus berlokasi di Jalan Pajajaran I Ruko V Point. Sejak berdirinya pada tahun 1992, Toko Roti Unyil Venus tidak pernah sepi pembeli.

Ramainya pembeli pada Toko Roti Unyil Venus mengakibatkan pelayanan terhadap pembeli menjadi kurang diperhatikan sehingga pembeli merasa kurang puas. Hal ini dibuktikan dengan adanya keluhan-keluhan pembeli mengenai pelayanan di Toko Roti Unyil Venus.

Pelayanan yang kurang diperhatikan dan pesaing yang menjual jenis produk yang sama dengan harga lebih murah perlu diantisipasi oleh Toko Roti Unyil Venus. Kualitas pelayanan yang tidak sesuai dengan keinginan pembeli, dapat mengurangi kepuasan pelanggan dan memungkinkan pembeli berpindah membeli produk ke toko-toko pesaing. Kepuasan pembeli sangat berpengaruh terhadap eksistensi usaha itu sendiri baik secara langsung maupun tidak langsung.

Kualitas dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan, sehingga kualitas merupakan ukuran relatif kebaikan [4]. Sedangkan, jasa atau pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Jadi, kualitas pelayanan didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh.

Menurut Gaspersz, pelanggan diartikan dalam dua definisi. Pertama, pelanggan adalah orang yang tidak tergantung pada kita, tetapi kita yang tergantung padanya. Kedua, pelanggan adalah orang yang membawa kita kepada keinginannya [1]. Menurut Richard Oliver dalam Tony Wijaya kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya [5].

Metode Service Quality (ServQual) merupakan metode yang sering digunakan untuk mengukur kualitas layanan. ServQual merupakan pemilihan skala yang ringkas namun memiliki tingkat dan kebenaran yang cukup tinggi yang dapat digunakan manajemen perusahaan agar lebih mengerti

bagaimana persepsi konsumen dan harapan konsumen akan pelayanan yang diberikan. Menurut Wijaya, konsep ServQual digunakan untuk menghitung gap antara persepsi pelanggan terhadap jasa yang dikurangi dengan nilai ekspektasi atau harapan pelanggan [3].

Menurut Wijaya Importance Performance Analysis (IPA) adalah prosedur untuk menunjukkan kepentingan relatif berbagai atribut terhadap kinerja organisasi atau perusahaan, produk. IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, serta faktor-faktor pelayanan lain yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan. IPA menggambarkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan kepuasan dalam grafik dua dimensi yang mudah dibaca.

Quality Function Deployment (QFD) merupakan pendekatan sistematis yang menentukan tuntutan atau permintaan konsumen dan kemudian menerjemahkan tuntutan tersebut secara akurat ke dalam desain teknis, manufacturing, dan perencanaan produksi yang tepat. Pada prinsipnya, QFD membantu mendengarkan suara atau keinginan konsumen dan berguna untuk brainstorming sessions bagi tim pengembang dalam menentukan cara terbaik memenuhi keinginan konsumen [4].

Menurut Wijaya Rumah kualitas adalah alat yang digunakan untuk menggunakan struktur QFD adalah matriks yang berbentuk rumah, yang disebut house of quality. Matriks ini terdiri dari dua bagian utama, yaitu bagian horizontal dari matriks berisi informasi yang berhubungan dengan konsumen dan disebut dengan customer table, bagian vertikal dan matriks berisi informasi teknis sebagai respon bagi input konsumen dan disebut dengan technical table [6].

Toko Roti Unyil Venus menyediakan layanan pengaduan pelanggan melalui aplikasi chatting Whatsapp. Tetapi berdasarkan informasi yang diperoleh dari admin pelayanan pengaduan dari pembeli, karyawan tersebut tidak melakukan pendataan terhadap pengaduan yang diajukan pembeli, sehingga tidak diketahui dengan pasti jumlah laporan pengaduan yang terjadi. Oleh karena tidak adanya data rekapitulasi keluhan pelanggan, penulis melakukan pengumpulan data menggunakan suatu alat yang disebut kuesioner. Selain pelayanan yang kurang memuaskan pelanggan, permasalahan lain yang harus dihadapi adalah bermunculannya para pesaing baru yang menjual jenis produk yang sama dengan harga lebih murah. Oleh karena itu, diperlukan adanya perbaikan terhadap kualitas pelayanan pelanggan Toko Roti Unyil Venus guna meningkatkan kualitas pelayanan pada waktu yang akan datang.

2. Metode Penelitian

Penelitian dimulai dengan adanya permasalahan yang teridentifikasi yaitu banyaknya keluhan pelanggan Toko Roti Unyil Venus Bogor terhadap pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, penentuan objek yang diteliti pada kualitas pelayanan Toko Roti Unyil Venus Bogor dan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan tersebut. Studi pustaka dalam penelitian

ini menggunakan studi literatur berbagai buku, jurnal, skripsi, serta artikel-artikel dan studi lapang dengan observasi, pengamatan langsung, wawancara dan penyebaran kuesioner kepada pelanggan Toko Roti Unyil Venus Bogor yang telah membeli produk sebanyak lebih dari 3 kali.

Hasil pengumpulan data kuesioner, diolah dengan menggunakan program SPSS 24 untuk menguji validitas dan reliabilitas kuesioner. Uji validitas ini diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel. Butir-butir pertanyaan pada kuesioner dikatakan valid apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. Uji reliabilitas untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau andal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan-pernyataan adalah konsisten atau stabil, akan menghasilkan data yang sama. Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan koefisien reliabilitas Cronbach alpha.

Data yang telah valid dan reliabel selanjutnya dianalisis menggunakan metode service quality (servqual). Metode ini digunakan untuk mengetahui nilai selisih antara tingkat persepsi (P) dengan tingkat harapan pelanggan (E) yang disebut kesenjangan (gap) dan mengukur nilai kualitas pelayanan (Q) dengan membandingkan P dan E.

$$\text{Gap} = P - E \quad (1)$$

$$\text{Kualitas (Q)} = P/E \quad (2)$$

Kemudian, dilakukan analisis pada setiap atribut layanan untuk menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan perlu ditingkatkan menggunakan metode importance performance analysis (IPA). Pada penelitian ini hanya menganalisis lebih lanjut atribut-atribut yang terdapat pada Kuadran A hasil metode IPA yaitu atribut yang dianggap paling penting tetapi kinerjanya belum memuaskan pelanggan yang selanjutnya digunakan sebagai voice of customer pada matriks kebutuhan pelanggan pada rumah kualitas (house of quality). House of quality merupakan alat yang digunakan untuk struktur Quality Function Deployment (QFD). QFD merupakan pendekatan untuk menentukan keinginan pelanggan dan menerjemahkan tuntutan tersebut ke dalam desain teknis, manufacturing, dan perencanaan produksi yang tepat.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Penyusunan Kuesioner

Kuesioner yang dibuat diklasifikasikan ke dalam lima dimensi *Service Quality (ServQual)* yakni keandalan, tanggapan, jaminan, kepedulian dan bukti fisik yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Klasifikasi Pertanyaan Kuesioner Menurut Dimensi *Service Quality (ServQual)*

No.	Pernyataan
Keandalan (Reliability)	
1.	Ketersediaan informasi tentang variasi roti dan ketersediaannya kepada pelanggan
2.	Karyawan dapat diandalkan dalam menangani masalah pelanggan dengan tepat

3. Pelayanan pengaduan pelanggan yang handal baik secara langsung maupun tidak langsung
4. Kemudahan dalam pemesanan
5. Pemesanan dapat dilakukan melalui telepon atau/dan internet
6. Kecepatan transaksi pembayaran
7. Pembayaran dapat dilakukan dengan non tunai (debit atau kredit)

Tanggapan (Responsiveness)

8. Karyawan memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan secara tepat
9. Karyawan cepat merespon keluhan pelanggan
10. Karyawan merespon permintaan pelanggan dengan cepat
11. Karyawan cepat menindaklanjuti keluhan pelanggan

Jaminan (Assurance)

12. Karyawan dapat dipercaya/jujur
13. Karyawan terampil dalam menjelaskan bahan dan kandungan roti
14. Kesesuaian informasi yang diberikan dengan pelayanan
15. Karyawan berpengetahuan luas dan mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan
16. Jaminan produk halal

Kepedulian (Empathy)

17. Karyawan segera meminta maaf saat terjadi kesalahan
18. Karyawan mengutamakan kebutuhan pelanggan
19. Karyawan selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian kepada pelanggan
20. Karyawan memberikan pelayanan dengan tidak membedakan status sosial
21. Karyawan selalu bersikap sopan kepada pelanggan

Bukti fisik (Tangibles)

22. Variasi rasa dan rasa roti yang lezat
23. Penataan eksterior dan interior ruangan
24. Lokasi yang strategis
25. Kondisi ruangan bersih dan nyaman
26. Ketersediaan ruang tunggu
27. Display produk berupa TV sangat membantu
28. Karyawan berpakaian rapi dan bersih

3.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Dalam penelitian ini, data pertama didapat dari hasil kuesioner pendahuluan yang telah disebar pada 30 pelanggan Toko Roti Unyil Venus Bogor yang telah membeli produk sebanyak lebih dari 3 kali pada tahun 2018.

Uji validitas menggunakan metode korelasi *product moment*. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tiap butir pertanyaan valid dan dapat mengukur apa yang diukurnya ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$). Untuk mengetahui r_{tabel} dengan tingkat keyakinan 95% dan tingkat kesalahan 5% dapat dilihat pada tabel nilai *r product moment* $n = 30$ pada kuesioner pendahuluan adalah 0,361. Untuk mencari nilai r_{hitung} menggunakan software SPSS 24.

Tabel 2 akan memberikan informasi hasil uji validitas kuesioner pendahuluan pada setiap butir pertanyaan tingkat kepuasan maupun tingkat kepentingan. Dari hasil uji validitas tersebut terdapat dua Tabel 2 memberikan informasi terdapat dua atribut yang nilainya dibawah 0,361 sehingga tidak valid dan dihilangkan yang selanjutnya menjadi pedoman kuesioner formal.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kuesioner Pendahuluan

Variabel	N	Tingkat Kepuasan		Tingkat Kepentingan	
		r_{hitung}	r_{tabel}	r_{hitung}	r_{tabel}
KEANDALAN					

Kualita	1	0,76	0,3	Valid	0,549	0,3	Valid
s		01	61		3	61	
Pelaya	2	0,83	0,3	Valid	0,517	0,3	Valid
nan		71	61		6	61	
(X)	3	0,68	0,3	Valid	0,607	0,3	Valid
		67	61		0	61	
	4	0,46	0,3	Valid	0,666	0,3	Valid
		23	61		2	61	
	5	0,88	0,3	Valid	0,682	0,3	Valid
		30	61		8	61	
	6	0,77	0,3	Valid	0,810	0,3	Valid
		91	61		9	61	
	7	0,82	0,3	Valid	0,666	0,3	Valid
		70	61		3	61	
TANGGAPAN							
	8	0,55	0,3	Valid	0,480	0,3	Valid
		13	61		75	61	
	9	0,47	0,3	Valid	0,583	0,3	Valid
		79	61		77	61	
	1	0,56	0,3	Valid	0,531	0,3	Valid
		0	61		38	61	
	1	0,55	0,3	Valid	0,666	0,3	Valid
		1	61		29	61	
JAMINAN							
	1	0,46	0,3	Valid	0,542	0,3	Valid
		2	61		6	61	
	1	0,61	0,3	Valid	0,755	0,3	Valid
		3	61		8	61	
	1	0,56	0,3	Valid	0,645	0,3	Valid
		4	61		6	61	
	1	0,49	0,3	Valid	0,728	0,3	Valid
		5	61		2	61	
	1	0,51	0,3	Valid	0,843	0,3	Valid
		6	61		9	61	

Selain uji validitas, terdapat pula uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach alpha untuk mengetahui sejauh mana kuesioner tersebut dapat dipercaya. Uji reliabilitas menggunakan data rekapitulasi kuesioner pendahuluan sehingga di dapat hasil pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Relibialitias Kuesioner Pendahuluan

	Kualitas Pelayanan	
	Tingkat Kepuasan	Tingkat Kepentingan
Cronbach's Alpha	0,9424	0,9539
N of Items	28	28

3.3. Metode Service Quality (ServQual)

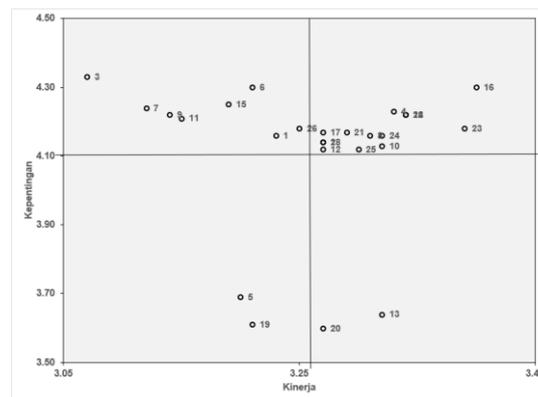
Metode servqual digunakan untuk mengukur tingkat kualitas layanan dari atribut masing-masing layanan sehingga akan memperoleh kesenjangan (*gap*) yang merupakan selisih antara layanan yang telah diterima pelanggan (persepsi (P)) dengan harapan pelanggan (ekspektasi (E)). Sedangkan nilai kualitas pelayanan diperoleh dengan perbandingan layanan yang telah diterima pelanggan (persepsi) dengan harapan pelanggan (ekspektasi).

Analisis SERVQUAL memberikan informasi bahwa dalam skala 1-5 skor tingkat kepuasan pelanggan senilai 3,2608, hal ini dapat diartikan tingkat kepuasan pelanggan memuaskan. Sedangkan tingkat kepentingan dalam skala 1-5 senilai 4,1112, hal ini dapat diartikan tingkat kepentingan atribut layanan sangat penting. Selain itu, dapat diketahui dimensi keandalan memiliki nilai kesenjangan (*gap*) yaitu -0,9513 dan nilai kualitas layanan dimensi

keandalan memiliki nilai terkecil yaitu 0,7732. Dimensi tanggapan memiliki nilai rata-rata kesenjangan (*gap*) sebesar -0,9500 dan nilai kualitas layanan sebesar 0,7730. Dimensi jaminan memiliki nilai rata-rata kesenjangan (*gap*) sebesar -0,8020 dan nilai kualitas layanan sebesar 0,8077. Dimensi kepedulian memiliki nilai rata-rata kesenjangan (*gap*) sebesar -0,6760 dan nilai kualitas layanan sebesar 0,8321. Dimensi bukti fisik memiliki nilai rata-rata kesenjangan (*gap*) sebesar -0,8520 dengan nilai kualitas layanan dimensi sebesar 0,7958. Tabel 5.6 juga menunjukkan semua atribut layanan Toko Roti Unyil Venus Bogor memiliki nilai kesenjangan (*gap*) negatif, hal ini dapat diartikan terjadi kesenjangan antara layanan yang diterima pelanggan (P) dengan harapan pelanggan (E). Selain itu, tabel juga memberikan informasi bahwa dalam skala 0-1 nilai kualitas pelayanan Toko Roti Unyil Venus sebesar 0,7955. Berdasarkan Wijaya (2011:62), kualitas pelayanan (Q) ≥ 1 maka kualitas pelayanan dikatakan baik, sedangkan kualitas pelayanan Toko Roti Unyil Venus Bogor ≤ 1 maka kualitas pelayanan Toko Roto Unyil Venus Bogor belum sepenuhnya baik atau belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan analisis lebih lanjut untuk menentukan skala prioritas dalam usaha perbaikan dari setiap atribut layanan yang ada. Penentuan skala prioritas perbaikan pelayanan dilakukan dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

3.4. Importance Performance Analysis (IPA)

Pada *Importance Performance Analysis* ini menggunakan skor data kepuasan (persepsi) dan kepentingan pelanggan yang ada pada kuesioner formal ini. Skor dari tiap-tiap atribut nantinya akan digunakan untuk membuat diagram kartesius mengenai posisi penempatan data. Posisi penempatan data berdasarkan *Importance Performance Analysis* dibuat dengan *software* SPSS 24. Penempatan kedalam 4 kuadran tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Kartesius Metode IPA (Sumber: Pengolahan Data)

Berdasarkan Gambar 1 di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat 8 atribut yang masuk kedalam kuadran A yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan namun pada kenyataannya atribut-atribut ini belum sesuai dengan yang diharapkan. Atribut tersebut dapat dilihat pada Tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4. Atribut-atribut Layanan Pada Kuadran A

No	Atribut Layanan	Kuadran
1	Ketersediaan informasi tentang variasi roti dan ketersediaannya kepada pelanggan	A
3	Pelayanan pengaduan pelanggan yang handal baik secara langsung maupun tidak langsung	A
6	Kecepatan transaksi pembayaran	A
7	Pembayaran dapat dilakukan dengan non tunai (debit atau kredit)	A
9	Karyawan cepat merespon keluhan pelanggan	A
11	Karyawan cepat menindaklanjuti keluhan pelanggan	A
15	Karyawan berpengetahuan luas dan mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan	A
26	Karyawan berpakaian rapi dan bersih	A

(Sumber: Pengolahan data)

3.5. Quality Function Deployment (QFD)

Berdasarkan hasil Importance Performance Analysis, didapatkan atribut-atribut prioritas yang harus diperbaiki karena atribut tersebut sangat penting bagi pelanggan namun kepuasan yang dirasakan masih belum sesuai yaitu atribut pada Kuadran A. Atribut-atribut tersebut akan dipetakan pada rumah kualitas (*house of quality*). Berikut langkah-langkah penyusunan *Quality Function Deployment* (QFD) diantaranya :

1. Menyusun Daftar *Customer Requirement* (Matrik *Whats*)

Tahap pertama dalam pembuatan rumah kualitas adalah menyusun matrik kebutuhan pelanggan (*voice of customer*) yang merupakan customer requirement dan yang masuk kedalam matrik kebutuhan pelanggan ini adalah kuadran A saja. Penyusunan matrik *Whats* ini juga dilengkapi dengan nilai tingkat kepentingan yang didapat dari rata-rata kepentingan menurut pelanggan pada kuesioner formal yang telah disebar. Penyusunan atribut kuadran A kedalam matrik kebutuhan pelanggan dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. *Customer Requirements* (*Whats*)

Atribut Layanan	Tingkat Kepentingan
Ketersediaan informasi tentang variasi roti dan ketersediaannya kepada pelanggan	4,1600
Pelayanan pengaduan pelanggan yang handal baik secara langsung maupun tidak langsung	4,3300
Kecepatan transaksi pembayaran	4,3000
Pembayaran dapat dilakukan dengan non tunai (debit atau kredit)	4,2400
Karyawan cepat merespon keluhan pelanggan	4,2200

Karyawan cepat menindaklanjuti keluhan pelanggan	4,2100
Karyawan berpengetahuan luas dan mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan	4,2500
Karyawan berpakaian rapi dan bersih	4,1800

(Sumber: Pengolahan data)

2. Menyusun *Technical Descriptor* (Matrik *Hows*)
Setelah matrik kebutuhan pelanggan (*voice of customer*) disusun maka langkah selanjutnya adalah membuat rekayasa teknis (*hows*) yang merupakan respon terhadap keinginan pelanggan. Matrik respon teknis (*hows*) yang terbentuk dapat dilihat pada Tabel 6.

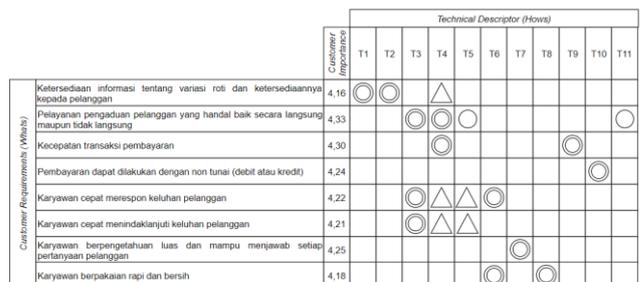
Tabel 6. *Technical Descriptors* (*Hows*)

Kode	Technical Descriptor (Hows)	Penyebab Masalah
T1	Sarana informasi produk berupa TV yang tidak hanya menampilkan variasi roti tetapi juga ketersediaannya	1
T2	Pembuatan aplikasi khusus untuk penayangan ketersediaan roti	2
T3	Pembuatan prosedur penanganan pengaduan pelanggan	4,6,14,17
T4	Penambahan jumlah karyawan	3,5,10,13,16
T5	Pembuatan dan penerapan sanksi	7,15,18
T6	Evaluasi berkala setiap satu bulan satu sekali	9,21
T7	Program pelatihan rutin dua bulan sekali	19
T8	Pembuatan aturan penggunaan APD tambahan berupa masker	20
T9	Penambahan jumlah mesin kasir	11
T10	Integrasi mesin kasir dengan pembayaran non tunai	12
T11	Tersedianya kotak kritik dan saran	8

(Sumber: Pengolahan data)

3. Mengembangkan Hubungan antara Matrik *Whats* dan Matrik *Hows*

Matrik *Whats* merupakan pertanyaan dan matrik *Hows* merupakan jawabannya sehingga kedua matrik ini memiliki hubungan sesuai dengan simbol tertentu. Hubungan antara matrik *Whats* and matrik *Hows* dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Hubungan antara matrik *Whats* and matrik *Hows* (Sumber: Pengolahan Data)

- [4] Wijaya, Tony, Manajemen Kualitas Jasa, PT Indeks, Jakarta, 2018
- [5] Gaspersz, Vincent, Metode Analisis Untuk Peningkatan Kualitas, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003
- [6] Cohen, Law, Quality Function Deployment : How to Make QFD Work For You, Addison-Wesley, Reading Mass, 1995