

APLIKASI METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT PADA PELAYANAN KANTIN UNIKOM

**Julian Rebecca, Maya Veby Damayanti Pasaribu, Anissa Nurul Latifah, Williana Alfesa,
Christin Putri R Sitompul**

Program Studi Teknik Industri, Universitas Komputer Indonesia, Bandung
Jl Dipatiukur No. 112-116, 40132, Tlp. (022) 2504119, Fax. (022) 2533754
Email: Julian.robecca@email.unikom.ac.id

ABSTRAK

Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya berbeda diantara orang-orang yang terlibat dalam pelayanan. (Tjiptono F & Diana. A, 2003). Kantin UNIKOM sebagai salah satu jasa tempat makan bagi mahasiswa. Hasil survei membuktikan bahwa saat ini kondisi kantin terlihat sepi dan kurang menarik pengunjung. Kebanyakan mahasiswa lebih memilih untuk makan ditempat lain dibandingkan untuk makan di kantin. Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas peneliti melakukan penelitian Analisis Kepuasan Mahasiswa Unikom Terhadap Pelayanan Kantin Unikom. Service Quality merupakan dimensi kualitas jasa yang terdiri dari tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. (Griffin, A. & Hauser, 1993). Konsep dasar QFD sebenarnya adalah suatu cara pendekatan untuk mendesain produk agar dapat memenuhi keinginan konsumen. QFD bermula dari suara pelanggan (Bradbury, 2004). Terdapat model mengidentifikasi penyebab ketidakberhasilan penyampaian jasa dengan menggunakan model gap 5 yaitu Gap dalam pelayanan yang dirasakan adalah perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dengan jasa yang diharapkan oleh pelanggan. Data customer needs diperoleh melalui wawancara langsung dengan 40 responden dari kalangan mahasiswa UNIKOM. Diperoleh hasil wawancara terdapat 39 pernyataan customer needs. Dengan mengukur tingkat kepentingan dan kepuasan untuk memperoleh tingkat kesenjangan (gap). Rata-rata nilai kesenjangan sebesar - 0.82, bernilai negatif artinya kepuasan pelanggan belum memenuhi kepentingan yang diinginkan. Pernyataan yang harus diprioritaskan untuk diperbaiki adalah pernyataan yang memiliki tingkat kesenjangan yang paling besar. Untuk setiap pernyataan memiliki tingkat kuadran importance. Kuadran satu menjadi prioritas utama yang harus segera diperbaiki. Usulan yang diberikan yaitu harus meningkatkan fasilitas yang telah tersedia, menetapkan aturan dan variasi menu minuman diperbanyak.

Kata kunci: kantin, pelayanan, kepuasan, kepentingan

1 Pendahuluan

Kantin Universitas Komputer Indonesia sebagai salah satu jasa tempat makan bagi mahasiswa Unikom. Hasil survei membuktikan bahwa saat ini kondisi kantin Unikom terlihat sepi dan kurang menarik pengunjung. Kebanyakan mahasiswa Unikom lebih memilih untuk makan ditempat lain dibandingkan untuk makan di kantin Unikom. Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas perlu dilakukan Analisis Kepuasan Mahasiswa Unikom Terhadap Pelayanan Kantin Unikom. Dengan tujuan agar mengetahui tingkat kepuasan dan kepentingan pelanggan kantin Unikom dan mengetahui kesenjangan antara tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan.

2 Tinjauan Pustaka

2.1 *Service Quality*

Service Quality merupakan dimensi kualitas jasa yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithamel, dan Berry (Griffin, A. & Hauser, 1993). Dimensi *Servqual* yang dikutip oleh Griffin yaitu *tangibles* yaitu fasilitas fisik atau hal-hal yang berwujud. *Reliability* yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan kualitas secara konsisten pada setiap waktu, secara tepat dan akurat. *Responsiveness*, yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan menerima pelayanan yang diminta. *Assurance*, yaitu kemampuan yang berhubungan dengan pengetahuan dan kompetensi karyawan dalam memberikan pelayanan. *Emphaty*, yaitu kemampuan untuk memberikan perhatian secara individu terhadap pelanggan.

2.2 *Quality Function Deployment (QFD)*

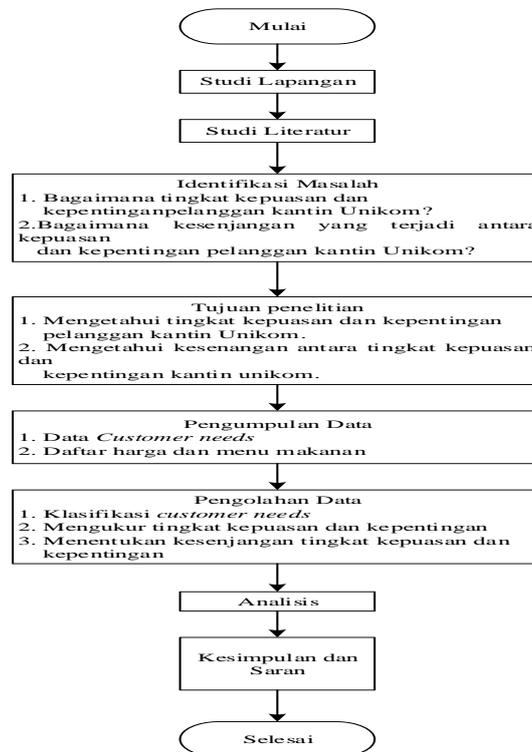
QFD dikembangkan pertama kali di Jepang oleh Mitshubishi's Kobe Shipyard pada tahun 1972, yang kemudian diadopsi oleh Toyota, Ford Motor Company dan Xerox membawa konsep ini ke Amerika Serikat pada tahun 1986. Semenjak itu QFD banyak diterapkan oleh perusahaan-perusahaan Jepang, Amerika Serikat, dan Eropa (Fandy, 2003). QFD merupakan adaptasi dari salah satu alat (tools) dalam TQM. Konsep dasar QFD sebenarnya adalah suatu cara pendekatan untuk mendesain produk agar dapat memenuhi keinginan konsumen. QFD bermula dari suara pelanggan (Bradbury, 2004).

2.3 Gap Model

Berry, Parasuraman dan Zeithamel memformulasikan sebuah model kualitas jasa yang menyoroti persyaratan utama untuk menyampaikan kualitas jasa yang diharapkan. Model tersebut mengidentifikasi lima gap yang menyebabkan ketidakberhasilan penyampaian jasa (Fandy, 2003). Gap 5 yaitu dalam pelayanan yang dirasakan adalah perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dengan jasa yang diharapkan oleh pelanggan. *Importance-Performance Analysis* terdiri atas dua komponen yaitu analisis kuadran dan analisis kesenjangan (gap). Dengan analisis kuadran dapat diketahui respon konsumen, sedangkan analisis kesenjangan (gap) digunakan untuk melihat kesenjangan antara kinerja suatu variabel dengan harapan konsumen terhadap variabel tersebut (Monica and Hoyyi, 2018).

3 Metodologi Penelitian

Berikut adalah gambar langkah-langkah yang akan dilakukan dari penelitian pada *flow chart* sebagai berikut :



Gambar 3.1. Flow Chart Penelitian

4 Hasil dan Pembahasan

Data *costumer needs* diperoleh melalui wawancara langsung dengan 40 responden dari kalangan mahasiswa Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM) yang sudah pernah merasakan fasilitas kantin UNIKOM. Tujuan dari penyebaran data kuisiner *costumer needs* adalah untuk mengetahui kebutuhan mahasiswa akan pelayanan dan fasilitas yang tersedia di kantin UNIKOM. Diperoleh 39 pernyataan mengenai *costumer needs*. Dari hasil pernyataan maka diklasifikasikan berdasarkan dimensi jasa. Kemudian melakukan pengukuran tingkat kepuasan dan kepentingan. Skala likert untuk memberikan bobot pada tingkat kepentingan dan kepuasan yaitu dari 5-1, dari sangat penting sekali sampai sangat tidak penting sekali. Dari hasil kuisiner yang telah didapatkan, kemudian dihitung nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan dari pelayanan kantin UNIKOM. Rata-rata tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan 1 dapat dilihat pada tabel 4.1.

Tabel 4.1. Rata-rata tingkat kepentingan dan kepuasan

No	Pernyataan	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepuasan
1	Pelayan kasir murah senyum	4.41	3.14
..	Pelayan pengantar makanan murah senyum	4.38	3.34
39	Variasi minuman tidak cukup	4.19	3.16

Kesenjangan antara kepentingan dengan kepuasan merupakan kesenjangan pada tahap kelima (*gap 5*). Kepentingan dijadikan acuan apakah kepuasan pelanggan di kantin UNIKOM dapat terpenuhi. Tabel 4.2 menunjukkan kesenjangan antara kepentingan dengan kepuasan dari setiap pernyataan.

Tabel 4.2. *Gap 5* antara Kepentingan dan Kepuasan setiap pernyataan

No	Pernyataan	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepuasan	GAP
1	Pelayan kasir murah senyum	4.41	3.14	-1.27
..	Pelayan pengantar makanan murah senyum	4.38	3.34	-1.03
39	Variasi minuman tidak cukup	4.19	3.16	-1.03

Dari keseluruhan nilai kesenjangan didapatkan rata-rata nilai kesenjangan sebesar -0.82 . Kesenjangan bernilai negatif artinya kepuasan pelanggan belum memenuhi kepentingan yang diinginkan. Sedangkan kesenjangan dengan nilai terbesar yaitu pernyataan tersedia *live music* dengan nilai $-0,48$. Artinya kepentingan tersedianya *live music* belum terpenuhi. Dari kelima dimensi tersebut dimensi dengan nilai kesenjangan terbesar yaitu $-0,69$ yaitu dimensi *tangible*. Hal ini disebabkan karena terdapat beberapa fasilitas yang tidak memenuhi kepentingan dari pelanggan. Pernyataan yang harus diprioritaskan untuk diperbaiki adalah pernyataan yang memiliki tingkat kesenjangan yang paling besar yaitu pernyataan tersedianya *live music*, hal ini dikarenakan pernyataan tersebut memiliki nilai kesenjangan terbesar dengan nilai $-0,48$. Sedangkan dimensi yang harus dijadikan prioritas perbaikan adalah dimensi *tangible*, dimensi *tangible* berkaitan dengan ketersediaan fasilitas kantin. Kesenjangan yang dimiliki dimensi *tangible* adalah $-0,69$. Untuk setiap pernyataan memiliki tingkat kuadran *importance* yaitu pernyataan memiliki nilai kepentingan yang tinggi namun nilai kepuasannya lebih rendah, maka pernyataan tersebut termasuk kedalam kuadran I. Kuadran satu menjadi prioritas utama yang harus segera diperebaiki.

5 Kesimpulan dan Saran

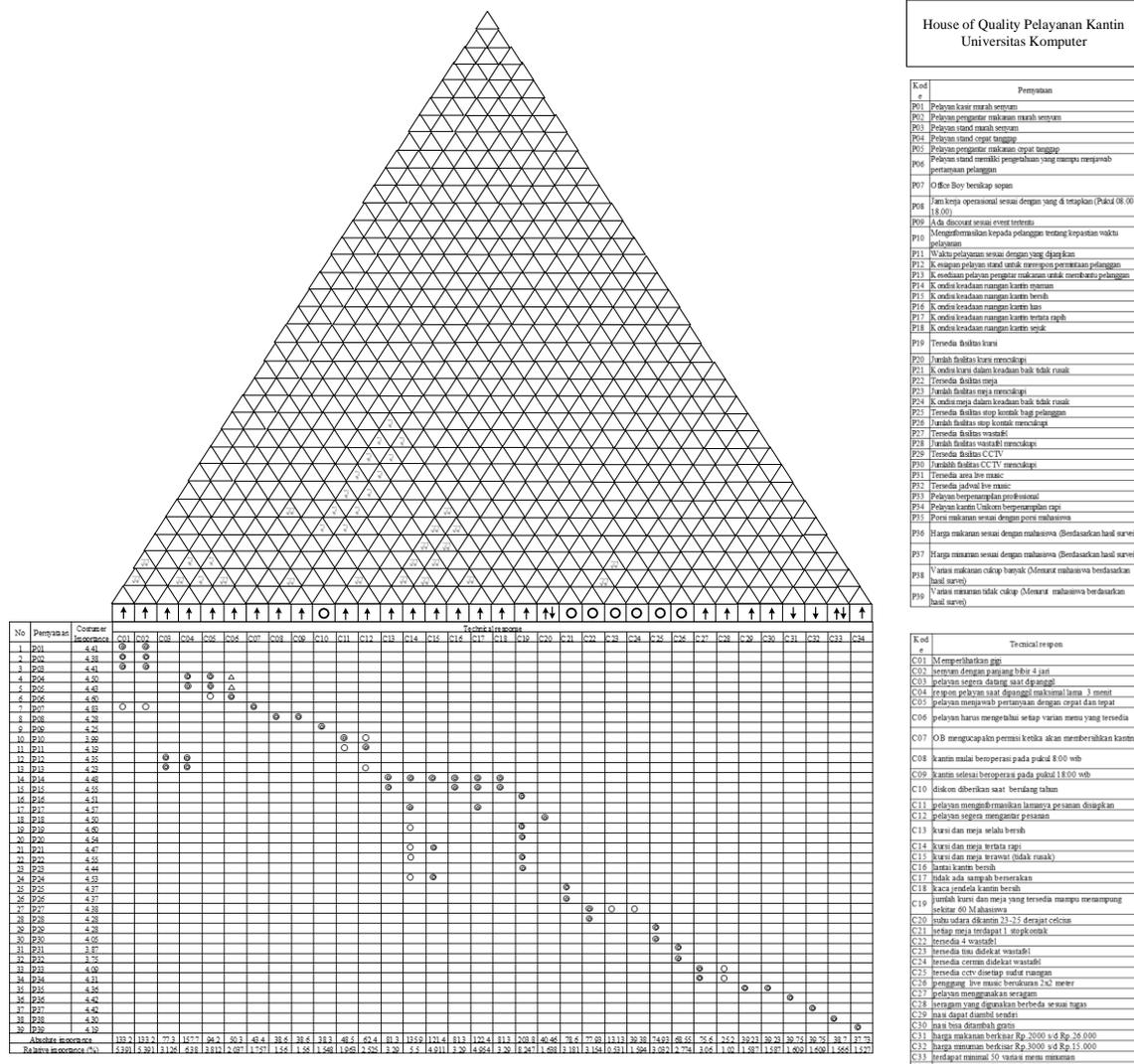
Berdasarkan pengukuran tingkat kepentingan dan kepuasan disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan belum terpenuhi, karena masih terdapat *gap* atau kesenjangan dari keduanya. Adapun nilai kesenjangan yang didaptkan memiliki rata-rata $-0,82$. Dari tingkat kepentingan dan kepuasan yang didapatkan dapat diketahui bahwa pelayanan jasa di kantin UNIKOM berada di kuadran satu, artinya seluruh pernyataan yang ada memiliki nilai kepentingan yang tinggi, sedangkan nilai kepuasan masih rendah. Kuadran satu merupakan tingkat yang harus menjadi priorotas utama perbaikan.

Dari kesimpulan yang didapatkan peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Harus meningkatkan fasilitas yang telah tersedia
2. Menetapkan aturan kepada seluruh pelayan agar selalu tersenyum ramah kepada pelanggan.
3. Variasi menu minuman harus diperbanyak.

APLIKASI METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT PADA PELAYANAN KANTIN UNIKOM

House of quality pelayanan kantin UNIKOM dapat dilihat pada Gambar 4.1.



Gambar 5.1. House of quality pelayanan kantin UNIKOM

6 Daftar Pustaka

Fandy, T. (2003) *Total Quality Management*. Revisi. Jakarta: Andi.

Griffin, A. & Hauser, J. R. (1993) 'The voice of customer', *Marketing Science*, 12(1), pp. 1–27.

Bradbury, R. (2004) 'Quality Function Deployment', *Marketing Science*.

Monica, Y. D. and Hoyyi, A. (2018) 'Kualitas Pelayanan pada Bank JawaTengah', 2(4), pp. 425–434.