

## **ANALISA KUALITAS JASA PENERBANGAN LION AIR DENGAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)***

**Eddy Ariyani<sup>1)</sup>, dan Iriani<sup>2)</sup>**  
<sup>1,2,3</sup>Program Studi Teknik Industri,  
Fakultas Teknik, UPN “Veteran” Jawa Timur  
Email : [enny.ariyani.ea@gmail.com](mailto:enny.ariyani.ea@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Lion Air sebagai salah satu perusahaan penerbangan di Indonesia dihadapkan dengan persaingan pasar yang kompetitif dan dinamis baik dengan pemain lama maupun perusahaan baru. Kondisi tersebut mengharuskan Lion Air untuk mampu terus meningkatkan kualitas jasa penerbangannya. Namun seringkali perusahaan dalam melakukannya hanya bersifat kualitatif intuitif, serta tidak dapat dijabarkan secara kuantitatif dan sistematis.

Proses perbaikan kualitas jasa penerbangan perusahaan dilakukan berdasarkan atribut-atribut jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan penerbangan kepada customer. Informasi mengenai atribut-atribut jasa tersebut diperoleh dari data preferensi dan persepsi *customer* terhadap atribut-atribut dari perusahaan penerbangan. Data tersebut diolah dengan metode *Quality Function Deployment (QFD)* dengan harapan dapat memberikan informasi, dan langkah antisipasi yang perlu dilakukan Lion Air mengenai kondisi persaingan yang ada.

Kualitas pelayanan Lion Air saat ini masih kurang memuaskan jika dibandingkan dengan apa yang diharapkan oleh pengguna jasa/ penumpangnya. Hal ini terbukti dari nilai gap kepuasan dari atribut yang diteliti bernilai negatif. Kebijakan yang dapat dilakukan oleh Maskapai penerbangan Lion Air dalam meningkatkan layanan adalah Perawatan dan pemeliharaan pesawat secara rutin dan berkala, Pemberian reward dan punish pada karyawan, Pelatihan peningkatan keahlian, Penambahan armada baru, Kebersihan dan kerapian pesawat

Kata Kunci : *Quality Function Deployment*, persepsi, kualitas

## I. PENDAHULUAN

Lion Air sebagai salah satu perusahaan penerbangan di Indonesia dihadapkan dengan persaingan pasar yang kompetitif dan dinamis baik dengan pemain lama maupun perusahaan baru. Kondisi tersebut mengharuskan Lion Air untuk mampu terus meningkatkan kualitas jasa penerbangannya. Namun seringkali perusahaan dalam melakukannya hanya bersifat kualitatif intuitif, serta tidak dapat dijabarkan secara kuantitatif dan sistematis.

Proses perbaikan kualitas jasa penerbangan perusahaan dilakukan berdasarkan atribut-atribut jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan penerbangan kepada customer. Informasi mengenai atribut-atribut jasa tersebut diperoleh dari data preferensi dan persepsi *customer* terhadap atribut-atribut dari perusahaan penerbangan. Data tersebut diolah dengan metode *Quality Function Deployment (QFD)* dengan harapan dapat memberikan informasi, dan langkah antisipasi yang perlu dilakukan Lion Air mengenai kondisi persaingan yang ada.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. *Jasa*

Banyak pakar pemasaran jasa yang telah berusaha mendefinisikan pengertian jasa, salah satunya adalah Kotler (2014) yang mendefinisikan jasa sebagai: “setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak”.

### B. *Karakteristik Jasa*

Menurut Tjiptono (2016), ada empat karakteristik jasa yang membedakannya dengan barang. Keempat karakteristik tersebut adalah :

#### 1. *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa bersifat *intangibility* artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium, atau didengar sebelum dibeli. Konsep *intangibility* ini sendiri memiliki dua pengertian (Berry dalam Enis dan Cox, 1988), yaitu :

- a. Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasa.
- b. Sesuatu yang tidak mudah didefinisikan, diformulasikan, atau dipahami secara rohaniah.

#### 2. *Inseparability*

Jasa biasanya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan cirri khusus dalam pemasaran jasa.

#### 3. *Variability*

Jasa bersifat sangat variabel, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

#### 4. *Perishability*

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

### C. *Jasa Transportasi*

Transportasi adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari suatu tempat ke tempat lain. Dalam transportasi terlihat ada dua unsur yang terpenting yaitu:

1. Pemindahan atau pergerakan (*movement*)
2. Secara fisik mengubah tempat dari barang (komoditi) dan penumpang ke tempat lain.

#### D. Jasa Transportasi Udara

Transportasi udara merupakan sarana transportasi tercepat jika dibandingkan sarana transportasi yang lain. Untuk di Indonesia sendiri sarana ini sangatlah berkembang, karena Indonesia adalah negara kepulauan dengan bentang yang luas, dan penduduk yang sangat banyak. Transportasi udara dikelompokkan menjadi 3, yaitu:

1. *Vehicles* (Alat Angkut)
  - a. Kapal terbang *Domestic flights, Trunk Lines, Feeder lines, Regional lines*
  - b. Kapal terbang *International flights*
2. *Ways* (Jalur Penerbangan)
  - a. *Telecommunication & Navigation Aids*
  - b. Meteorologi penerbangan
  - c. Penerapan landasan
  - d. ATC (*Air Traffic Control*)
3. Terminal (Pelabuhan Udara)
  - a. Landasan. *Apron, Taxi Way*
  - b. Listrik
  - c. Air
  - d. Pemadam kebakaran
  - e. *Office Terminal*
  - f. *Passenger terminals*
  - g. Alat bongkar muat, dan sebagainya

#### E. Konsep Kualitas

Konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian.

Menurut Goestch dan Davis (2014) “Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

#### F. Dimensi Kualitas Layanan

Lima faktor utama yang menentukan kualitas jasa (Parasuraman, et al, 2015) :

1. Bukti langsung (*tangibles*), berkaitan dengan fasilitas fisik, peralatan, penampilan personal dan alat-alat komunikasi yang dapat ditangkap panca indra konsumen
2. Keandalan (*reliability*), kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada pelanggan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), rasa tanggung jawab dari pemberi jasa untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf ; bebas dari bahaya, resiko atau keraguan.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

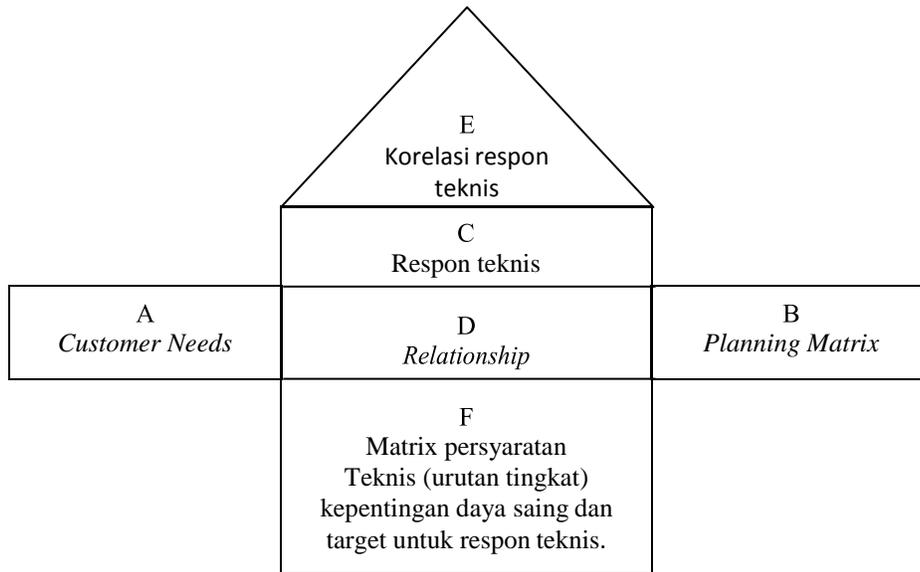
#### G. Quality Function Deployment (QFD)

*Quality Function Deployment* merupakan metodologi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengantisipasi dan menentukan prioritas kebutuhan dan keinginan konsumen

kedalam produk atau jasa yang disediakan bagi konsumen. (Cohen, 2015). Tujuan dari *QFD* tidak hanya memenuhi sebanyak mungkin harapan-harapan pelanggan tapi juga berusaha melampaui harapan-harapan pelanggan sebagai cara untuk berkompetisi dengan saingannya.

*H. Rumah Kualitas*

Penerapan metode *QFD* dalam proses perancangan produk atau jasa diawali dengan pembentukan rumah kualitas atau disebut sebagai *House Of Quality (HQO)*. Menurut Ficalora dan Cohen (2010), *House Of Quality (HQO)* merupakan suatu kerangka kerja atas pendekatan dalam mendesain manajemen yang dikenal sebagai *Quality Function Deployment*. Gambar 1 menunjukkan bentuk dari rumah kualitas.



Gambar 1. *House Of Quality* (Sumber: TQM, Tjiptono dan Diana, 2016)

III. METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel

1. Variabel terikat : Kualitas jasa peberbangan
2. Variabel bebas : Fasilitas jasa penerbangan

TABEL 1  
ATRIBUT PENELITIAN SESUAI DIMENSI KUALITAS

Dimensi	Atribut
Tangible	1. Eksterior dan interior pesawat
	2. Fasilitas dalam pesawat
	3. Jenis armada atau pesawat yang digunakan
Reliability	4. Ketepatan waktu keberangkatan dan kedatangan
	5. Pelayanan yang ramah dari pramugari
	6. Pelayanan reservasi / ticketing
	7. Harga
Responsiveness	8. Jadwal penerbangan
	9. Makanan dan minuman
Assurance	10. Kredibilitas perusahaan
	11. Keamanan dan kenyamanan penerbangan
Emphaty	12. Respon terhadap keluhan dari pelanggan

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. *Voice Of Customer*

TABEL 2  
TABEL ATRIBUT LAYANAN PADA LION AIR

No	Atribut	Waktu pelayanan
1	Eksterior dan interior pesawat	<i>Inflight</i>
2.	Fasilitas dalam pesawat	<i>Inflight</i>
3	Jenis armada atau pesawat yang digunakan	<i>Preflight, inflight, postflight</i>
4	Ketepatan waktu keberangkatan dan kedatangan	<i>Preflight, postflight</i>
5	Pelayanan yang ramah dari pramugari	<i>Inflight</i>
6	Pelayanan reservasi/ ticketing	<i>Preflight</i>
7	Harga	<i>Preflight</i>
8	Jadwal penerbangan	<i>Preflight</i>
9	Makanan dan minuman	<i>Inflight</i>
10	Kredibilitas perusahaan	<i>Preflight</i>
11	Keamanan dan kenyamanan penerbangan	<i>Inflight, postflight</i>
12	Respon terhadap keluhan dari pelanggan	<i>Postflight</i>

Keterangan : *Preflight* (sebelum pemberangkatan), *Inflight* (selama penerbangan), *Postflight* (pasca penerbangan / kedatangan)

B. *Respon Teknis (Technical Response/ HOWs)*

Daftar *Technical response (HOW's)* pada Tabel 3.

TABEL 3  
TECHNICAL RESPONSE (HOWS)

No	HOWs
1	Desain eksterior dan interior pesawat yang menarik
2	Perawatan dan pemeliharaan pesawat secara rutin dan berkala
3	Susunan tempat duduk yang nyaman
4	Pembagian kelas dalam pesawat
5	Perbaikan dan penambahan AC
6	Kebersihan dan kerapian pesawat
7	Penambahan armada baru
8	Pemberian <i>reward</i> dan <i>punish</i> pada karyawan
9	Peningkatan kuantitas menu dan kualitas Makanan dan minuman
10	Variasi menu makanan
11	Pemberian diskon
12	Hadiah
13	Pelatihan kepribadian karyawan
14	Pelatihan peningkatan keahlian
15	Layanan operasi tetap berjadwal sepanjang 7 hari seminggu di seluruh Indonesia
16	Menyediakan fasilitas <i>executive lounge</i>
17	Menyediakan media penyampaian saran dan keluhan
18	Penggunaan sistem komputerisasi untuk layanan pemesanan dan konfirmasi tempat duduk
19	Penambahan media promosi dan publikasi
20	Peningkatan interaksi komunikasi ( <i>guide service</i> ) pada penumpang
21	Pelatihan rutin penerbang
22	Rekrutment pilot yang berpengalaman dengan jam terbang yang tinggi
23	Ketepatan dan kecepatan dalam menyelesaikan masalah
24	Jaminan atau asuransi jiwa maupun barang

C. *Gap Performance*

Hasil perhitungan dapat dilihat pada Tabel 4.

TABEL 4  
HASIL PERHITUNGAN GAP SATISFACTION PERFORMANCE LION AIR

No	Customer Needs (WHATs)	Persepsi	Harapan	Gap
1	Eksterior dan interior pesawat	3,7533	4,0867	-0,3334
2	Fasilitas dalam pesawat	3,8800	3,9800	-0,1000
3	Armada atau pesawat yang digunakan	3,6067	4,1867	-0,5800
4	Ketepatan waktu keberangkatan & kedatangan	3,7600	4,1800	-0,4200
5	Pelayanan yang ramah dari pramugari	3,9133	4,0933	-0,1800
6	Pelayanan reservasi/ ticketing	3,7467	4,1400	-0,3933
7	Harga	3,7267	4,0533	-0,3266
8	Jadwal penerbangan	3,7800	4,2133	-0,4333
9	Makanan dan minuman	3,8200	4,2933	-0,4733
10	Kredibilitas perusahaan	3,5200	4,1133	-0,5933
11	Keamanan dan kenyamanan penerbangan	3,1733	4,1800	-1,0067
12	Respon terhadap keluhan dari penumpang	3,7400	4,3000	-0,5600

*D. Prioritized Technical Response*

*Prioritized Technical Response* dilakukan dengan menghitung *Contribution* setiap respon terhadap keseluruhan *customer satisfaction*. Hasil perhitungan pada atribut dapat dilihat pada Tabel 5 berikut :

TABEL 5  
PRIORITAS TECHNICAL RESPONSE

No	Technical Response (HOWs)	Contribution	Normalized contribution	Prioritas
1	Desain eksterior dan interior pesawat yang menarik	1,0170	0,0258	18
2	Perawatan dan pemeliharaan pesawat secara rutin dan berkala	3,4470	0,0874	1
3	Susunan tempat duduk yang nyaman	1,7362	0,0444	10
4	Pembagian kelas dalam pesawat	2,3835	0,0605	7
5	Perbaikan dan penambahan AC	1,2702	0,0322	14
6	Kebersihan dan kerapian pesawat	2,5578	0,0649	5
7	Penambahan armada baru	2,5758	0,0653	4
8	Pemberian reward dan punish pada karyawan	2,8458	0,0722	2
9	Peningkatan kuantitas menu dan kualitas Makanan dan minuman	0,6764	0,0172	23
10	Variasi menu makanan	0,6764	0,0172	24
11	Pemberian diskon	0,8528	0,0216	20
12	Hadiah	0,8064	0,0205	21
13	Pelatihan kepribadian karyawan	1,7538	0,0445	8
14	Pelatihan peningkatan keahlian	2,6961	0,0684	3
15	Layanan operasi tetap berjadwal sepanjang 7 hari seminggu di seluruh Indonesia	1,3833	0,0351	13
16	Menyediakan fasilitas <i>executive lounge</i>	1,7487	0,0444	9
17	Menyediakan media penyampaian saran dan keluhan	0,8753	0,0222	19
18	Penggunaan sistem komputerisasi untuk layanan pemesanan dan konfirmasi tempat duduk	1,5534	0,0394	12
19	Penambahan media promosi dan publikasi	0,8064	0,0205	22
20	Peningkatan interaksi komunikasi ( <i>guide service</i> ) pada penumpang	2,5395	0,0644	6
21	Pelatihan rutin penerbang	1,2111	0,0307	16
22	Rekrutment pilot yang berpengalaman dengan jam terbang yang tinggi	1,2111	0,0307	15
23	Ketepatan dan kecepatan dalam menyelesaikan masalah	1,5921	0,0404	11
24	Jaminan atau asuransi jiwa maupun barang	1,2042	0,0305	17
Total		39,4203		

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Kualitas pelayanan Lion Air saat ini masih kurang memuaskan jika dibandingkan dengan apa yang diharapkan oleh pengguna jasa/ penumpangnya. Hal ini terbukti dari nilai gap kepuasan dari atribut yang diteliti bernilai negatif.

Kebijakan yang dapat dilakukan oleh Maskapai penerbangan Lion Air dalam meningkatkan layanan adalah sebagai berikut:

- a. Perawatan dan pemeliharaan pesawat secara rutin dan berkala
- b. Pemberian reward dan punish pada karyawan
- c. Pelatihan peningkatan keahlian
- d. Penambahan armada baru
- e. Kebersihan dan kerapian pesawat

### B. Saran

1. Dalam meningkatkan kualitas layanan dari Lion Air maka pihak manajemen perlu memfokuskan perhatian terhadap karakteristik dari respon teknis.
2. Dalam strategi bersaing pihak manajemen Lion Air perlu memperhatikan keunggulan dan kelemahan yang dimilikinya maupun dari maskapai penerbangan *competitornya*.

## VI. PUSTAKA

- Cohen, Lou, (2015). *Quality Function Deployment How To Make QFD Work For You*, Penerbit Addison Wesley Publishing Company, United States Of America
- Ficalora, Joseph P., dan Cohen, Louis (2013). *Quality Function Deployment and six Sigma : A QFD Handbook (2<sup>nd</sup> ed)*. United States : Prentice Hall
- Kotler, Phillip, Ang, Swee Hoon, Leong, Siew Meng, Tan, Chin Tiong, 2014, *Manajemen Pemasaran Prespektif Asia*, Buku I, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, Diana, Anastasia, 2016, TQM, Edisi Revisi, Penerbit Andi, Yogyakarta.