

Implementasi *Quality Function Deployment* (QFD) dalam Upaya Peningkatan Kualitas Produk Udang Beku (Studi Kasus PT. X)

Lidia Olga¹⁾, Leny Rudihartati²⁾

¹Sekolah Tinggi Teknologi Nusantara (STTN) Lampung
Jl. Pulau Damar Waydadi Baru Sukarame Bandar Lampung
Email : mom.of2inCESS@gmail.com

Abstrak

Masukan yang diperoleh dari konsumen dapat bersumber dari wawancara, kuisioner maupun pusat layanan pengaduan perusahaan. Setelah sejumlah masukan diperoleh dari konsumen maka pada tahapan selanjutnya perusahaan akan melakukan evaluasi terhadap produknya dengan melakukan sejumlah perbaikan guna menghasilkan produk yang optimal. Demikian juga dengan yang dilakukan oleh PT. X sebagai sebuah perusahaan yang menghasilkan produk ikan beku, udang beku dan kepiting beku (*cold storage*) tentunya menginginkan kualitas produk yang dihasilkan dapat memuaskan keinginan konsumen sehingga diharapkan akan menghasilkan konsumen yang loyal terhadap produk kita. Kesimpulan dari laporan ini adalah titik kritis pengolahan udang ada pada kehandalan karyawan dalam memilih udang yang sesuai dengan standar yang ditetapkan. Kehandalan diperoleh melalui pelatihan. Kemudahan pelanggan dalam memesan produk karena memiliki persen bobot sebesar (16,36%). Meningkatkan kehandalan perusahaan dalam memberikan informasi terbaru mengenai promo karena memiliki persen bobot sebesar (15,84%). Meningkatkan Variasi layanan dalam pemesanan karena memiliki memiliki persen bobot (17,32 %).

Kata Kunci : *cold storage*, kehandalan, layanan

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada saat ini kebutuhan konsumen akan suatu produk terus mengalami peningkatan khususnya dari aspek kualitas. Kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap kualitas suatu produk membuat produsen terus berupaya melakukan peningkatan terhadap kualitas produknya. Hal ini harus dilakukan mengingat tingkat persaingan yang semakin ketat.

Mendengarkan masukan dari konsumen tentang produk yang dihasilkan menjadi sebuah keharusan. Masukan yang diperoleh dari konsumen dapat bersumber dari wawancara, kuisioner maupun pusat layanan pengaduan perusahaan. Setelah sejumlah masukan diperoleh dari konsumen maka pada tahapan selanjutnya perusahaan akan melakukan evaluasi terhadap produknya dengan melakukan sejumlah perbaikan guna menghasilkan produk yang optimal.

Ada sejumlah metode yang dapat digunakan dalam melakukan perbaikan terhadap kualitas produk berdasarkan masukan dari konsumen. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah metode *quality function deployment* (QFD). QFD merupakan praktek untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. QFD menterjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan oleh organisasi. QFD memungkinkan organisasi untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan tersebut dan memperbaiki proses hingga tercapainya efektifitas maksimum. QFD juga merupakan praktik menuju perbaikan proses yang dapat memungkinkan organisasi untuk melampaui harapan pelanggan.

Demikian juga dengan yang dilakukan oleh PT. X sebagai sebuah perusahaan yang menghasilkan produk ikan beku, udang beku dan kepiting beku (*cold storage*) tentunya menginginkan kualitas produk yang dihasilkan dapat memuaskan keinginan konsumen sehingga diharapkan akan menghasilkan konsumen yang loyal terhadap produk kita.

PT. X yang beralamat di Jalan Ir. Sutami km 12 desa lematang kecamatan tanjung bintang kabupaten lampung selatan mengeksport produknya ke luar negeri. Produk udang beku, kepiting beku dan ikan beku harus memiliki standar kualitas yang baik dan kandungan nutrisi yang baik juga. Oleh karena itu kualitas produk harus memenuhi persyaratan yang ditetapkan.

Berdasarkan data yang ada di PT. X diketahui masih terjadi adanya produk yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Pada udang beku beberapa persyaratan yang harus terpenuhi adalah udang harus mempunyai aroma yang spesifik, tekstur dagingnya keras, tidak mempunyai vena dan arteri serta nilai gizi yang tinggi. Persyaratan lainnya adalah kadar air 71,5% - 79,6%, lemak 0,7% - 2,3% dan protein 18% - 22%. Diantara persyaratan tersebut yang belum terpenuhi adalah kadar air yang kadang melebihi standar yang ditetapkan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut maka rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah “Bagaimana mengevaluasi cara pengawasan dan pengendalian mutu pada pengolahan udang beku dihasilkan PT. X dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) ?”

1.3. Pengertian *Quality Function Deployment* (QFD)

Tony Wijaya (2011:79) berpendapat bahwa QFD terdiri atas beberapa aktivitas utama yaitu: (1) penjabaran persyaratan konsumen; (2) penjabaran karakteristik kualitas yang dapat diukur; (3) penentuan hubungan antara kebutuhan kualitas dan karakteristik kualitas; (4) penerapan sejumlah nilai berdasarkan sejumlah angka tertentu terhadap masing-masing karakteristik kualitas; (5) penyatuan karakteristik kualitas ke produk; (6) perancangan produksi dan pengendalian kualitas produk. QFD terdiri dari beberapa tahapan yaitu: (1) penjaminan kualitas produk atau jasa; (2) penjabaran persyaratan konsumen melalui pendapat konsumen (angket, survei); (3) penjabaran karakteristik kebutuhan konsumen (*checklist*); (4) dan pembuatan matriks *House of Quality* yang dimulai dengan penentuan hubungan antara kebutuhan kualitas dan karakteristik kualitas, penerapan sejumlah nilai berdasarkan sejumlah angka tertentu terhadap masing-masing karakteristik kualitas, penyatuan karakteristik kualitas ke produk, perancangan produksi dan pengendalian kualitas produk.

Berdasarkan definisi di atas, peneliti menyimpulkan bahwa QFD merupakan praktek untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. QFD menterjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan oleh organisasi. QFD memungkinkan organisasi untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan tersebut dan memperbaiki proses hingga tercapainya efektifitas maksimum. QFD juga merupakan praktik menuju perbaikan proses yang dapat memungkinkan organisasi untuk melampaui harapan pelanggan.

1.3.1. Tahapan dalam Metode QFD

Metode QFD akan berjalan jika pelaksanaan tahapan metode tersebut dilaksanakan dengan baik. Tahapan utama yang harus diterapkan dalam melaksanakan metode QFD adalah penjaminan kualitas produk dan jasa, penilaian konsumen terhadap produk dan jasa, pembuatan angket kebutuhan konsumen, survei konsumen, penyusunan daftar periksa serta pembuatan matrik *House of Quality*.

1.3.2. Manfaat QFD (*Quality Function Deployment*)

Menurut Nasution (2001:24) QFD membawa sejumlah manfaat bagi organisasi yang berupaya meningkatkan persaingan mereka secara terus menerus memperbaiki kualitas dan produktifitas. Manfaat dari QFD antara lain:

- 1) Fokus pada Pelanggan.
- 2) Efisiensi Waktu
- 3) Orientasi Kerjasama Tim

4) Orientasi pada Dokumentasi

Ariani dalam Tony Wijaya (2011: 48) mengungkapkan bahwa QFD mempunyai manfaat:

- 1) *Customer Focused*, yaitu mendapatkan input dan umpan balik dari pelanggan mengenai kebutuhan dan harapan pelanggan.
- 2) *Time Efficient*, yaitu mengurangi waktu pengembangan produk.
- 3) *Time Oriented*. QFD menggunakan pendekatan yang berorientasi pada kelompok. Semua keputusan didasarkan pada *consensus* dan keterlibatan semua orang dalam diskusi dan pengambilan kesimpulan dengan teknik *Brainstorming*.
- 4) *Documentation Oriented*. QFD menggunakan data dan dokumentasi yang berisi semua proses dan seluruh kebutuhan dan harapan pelanggan. Data dan dokumentasi ini digunakan sebagai informasi mengenai kebutuhan dan harapan pelanggan yang selalu diperbaiki dari waktu per waktu.

Tony Wijaya (2011:79), mengatakan bahwa QFD mempunyai manfaat sebagai berikut.

- 1) Rancangan produk dan jasa baru memuaskan kebutuhan pelanggan.
- 2) Berfokus pada efisiensi waktu, dalam hal tersebut akan mengurangi lamanya waktu yang diperlukan untuk daur rancangan secara keseluruhan sehingga dapat mengurangi waktu untuk memasarkan produk-produk baru. Perkiraan-perkiraan terbaru memperlihatkan adanya penghematan antara sepertiga sampai setengah dibandingkan dengan sebelum menggunakan QFD.
- 3) Mendorong terselenggaranya tim kerja. Semua keputusan dalam proses diambil berdasarkan ketepatan bersama dalam diskusi seluruh departemen. Masing-masing anggota tim kerja mempunyai kedudukan yang sama pentingnya dan memiliki sesuatu untuk disumbangkan kepada proses.

1.3.3. Metodologi QFD

Pada bagian ini akan menjelaskan tentang unsur-unsur yang terlibat langsung dalam QFD. Metode QFD menurut Lou Cohen (1995:60) memiliki beberapa tahap perencanaan dan pengembangan melalui matriks, yaitu :

- 1) Matrik perencanaan produk (*House of Quality*): HOQ lebih dikenal dengan rumah pertama yang menjelaskan tentang *customer needs, technical requirment, co-relationship, relationship, customer competitive evaluation, competitive technical assement* dan *targets*. HOQ terdiri dari tujuh bagian utama tersebut.
- 2) Matrik perencanaan part (*Part Deployment*): lebih dikenal dengan rumah kedua adalah matrik yang mengidentifikasi faktor-faktor teknis yang kritical terhadap pengembangan produk.
- 3) Matrik Perencanaan proses (*Process Planing*): lebih dikenal dengan rumah ketiga yang merupakan matrik untuk mengidentifikasi pengembangan proses pembuatan suatu perencanaan pengembangan mengetahui proses perencanaan matik HOQ.
- 4) Matrik perencanaan *manufacturing*: Lebih dikenal dengan rumah keempat yang memaparkan tindakan yang perlu diambil didalam perbaikan.

1.3.4. Matriks *House Of Quality (HOQ)*

House Of Quality (HOQ) merupakan rumah pertama dan merupakan bagian dari pengembangan QFD. Pada *House Of Quality* terdapat WHATs (merupakan *customer requirement/voice of custemer*), HOWs (merupakan *technical requirement*), matrik hubungan *competitive assesment* (konsumen dan teknis). *House of Quality* atau rumah kualitas merupakan alat yang digunakan untuk menggunakan struktur QFD.

Hasil akhir dalam penerapan metode QFD adalah matriks *House of Quality*. Matriks *House of Quality* merupakan matriks yang berbentuk rumah.

Tahapan pembuatan matriks *House of Quality* sesuai dengan diagram tersebut yaitu:

- 1) Menentukan Karakteristik Produk
Karakteristik produk yang dimaksud disini adalah karakteristik atau jenis kebutuhan yang sesuai dengan keinginan pelanggan, yang meliputi desain, komposisi, proses pemberian produk, mutu, dan lainnya.
- 2) Mengadakan Penilaian Karakteristik Produk
Penilaian ini digunakan untuk dapat menerjemahkan apa yang diinginkan pelanggan menjadi suatu rangkaian pemrosesan terhadap produk atau jasa bahan baku tersebut.
- 3) Menentukan Variable Performansi Para Pemasok
Pemasok yang dimaksud disini adalah pemasok bagi unit usaha untuk kegiatan produksi yang harus ditentukan.
- 4) Mengadakan Penilaian Performansi
Penilaian performansi yang dimaksud adalah tentang kekuatan maupun kelemahan.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari tanggal 26 Oktober sampai dengan 26 Desember 2019. Penelitian dilakukan di PT. X yang beralamat di jalan Ir. Sutami Tanjung Bintang Propinsi Lampung.

2.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survey. Dalam penelitian survey informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuisioner. Menurut Jogiyanto (2010:115) penelitian survey digunakan untuk mendapatkan data opini. Selain itu pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif berdasarkan pendekatan yang menyatakan bahwa produk/jasa yang berkualitas tinggi adalah produk yang memuaskan ekspektasi pengguna.

2.3. Populasi dan Sampel

2.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2010) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek, yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

2.3.2. Sampel

Untuk menentukan ukuran sampel dalam pelaksanaan penelitian maka penulis merujuk pendapat Kartini Kartono (dalam Jusuf Soewadji, 2012:13) yang menyarankan agar mengambil seluruh anggota populasi apabila jumlah populasi hanya 10 sampai 100 orang atau mengambil sampel sebesar 70% sampai 80% dalam hal jumlah populasi diantara 100 sampai 200 orang. Berdasarkan jumlah karyawan yang bekerja di bagian sortir pada PT. X yang berjumlah 25 orang karyawan maka sampel dalam penelitian ini adalah keseluruhan karyawan bagian sortir yaitu sebanyak 25 orang.

Untuk analisis *house of quality* jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari yang sangat positif sampai sangat negatif, dapat berupa kata-kata antara lain: Sangat Penting, Penting, Kurang Penting, dan Tidak Penting atau Sangat Baik, Baik, Kurang Baik, dan Tidak Baik. Skor setiap alternatif jawaban yang diberikan oleh responden sebagai berikut:

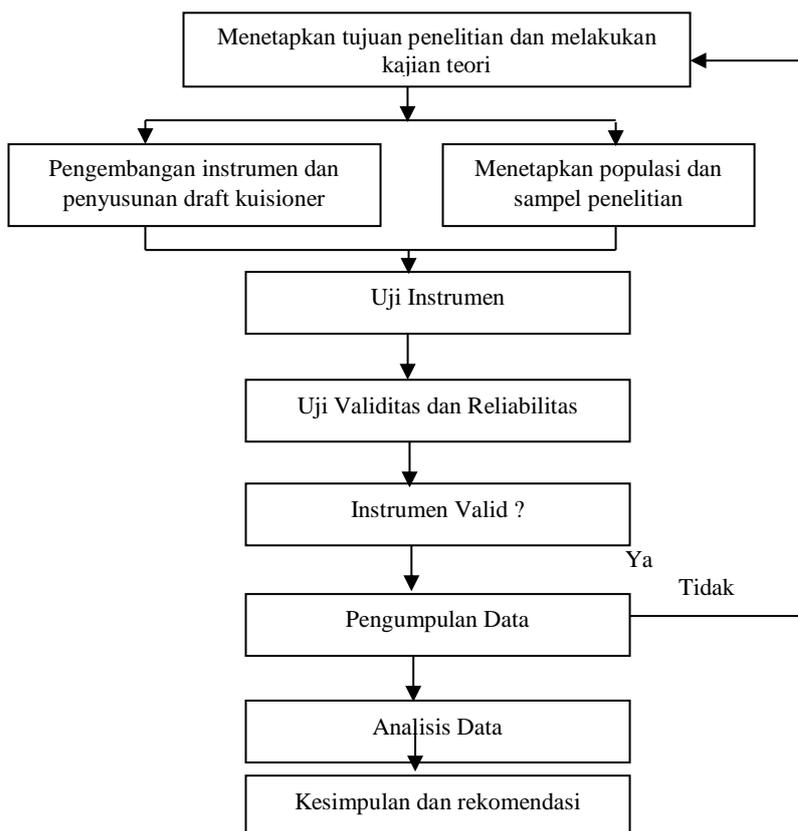
Tabel 1. Skor Alternatif Jawaban Performance

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Baik (SB)	4
Baik (B)	3
Kurang Baik (KB)	2
Tidak Baik (TB)	1

Tabel 2. Skor Alternatif Jawaban Importance

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Penting (SP)	4
Penting (P)	3
Kurang Penting (KP)	2
Tidak Penting (TP)	1

Pemberian bobot penilaian tersebut digunakan untuk menjaring data yang diperoleh dari responden. Selanjutnya dianalisis menggunakan analisis *house of quality* yang sebelumnya melakukan uji validitas dengan menggunakan SPSS versi 20.0.



Gambar 1. Desain Penelitian

2.4. Uji Validitas dan Reliabilitas

2.4.1. Uji Validitas

Menurut Umar (2005) validitas menunjukkan sejauhmana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Jenis uji validitas yang digunakan yaitu validitas konstruk dimana peneliti mencari definisi-definisi yang dikemukakan para ahli yang tertulis dalam literatur.

Penguji validitas instrument penelitian yang di gunakan yang adalah korelasi *product moment* sebagai berikut :

$$r = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana : r = keeratan hubungan (korelasi)

x = jumlah skor pernyataan

y = jumlah skor total pernyataan

n = jumlah sampel.

kriteria keputusan .

- r hitung > r tabel dan sig < 0,05, maka instrumen yang digunakan valid.

- r hitung < r tabel dan sig > 0,05, maka instrumen yang di gunakan adalah tidak valid.

Teknik ini diolah menggunakan *software* SPSS 20.0.

2.4.2 Uji Reliabilitas

Uyanto (2006 : 49) menyatakan suatu instrumen pengukuran (misal kuisisioner) di katakan reliabel bila memberikan hasil *score* yang konsisten pada setiap pengukuran. Butir pertanyaan atau pernyataan di katakan reliabel atau handal apa bila jumlah seseorang terhadap pertanyaan atau pernyataan adalah konsisten.

Uji reliabilitas menggunakan rumus *alpha cronbach* sebagai berikut.

$$\alpha_{Cronbach} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^n S_i^2}{Sp^2} \right)$$

Keterangan : k = jumlah butir dalam sekala pengukuran

S² = ragam dari butir ke i

Sp² = ragam dari skor total

Instrumen dapat dikatakan reliabel bila memiliki koefisien kehandalan reliabilitas sebesar 0,6 atau lebih (Uyanto, 2006 : 50). Perhitungan instrumen penelitian (validitas dan reliabilitas) menggunakan alat bantu program statistika SPSS 20.0.

Untuk menghitung reabilitas menggunakan rumus *alpha*, sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\}$$

Dimana :

r₁₁ = Nilai reliabilitas

∑S_i = Jumlah varians skor tiap-tiap item

S_t = Varians total

k = Jumlah item

Dari pengolahan data primer yang dilakukan diperoleh hasil uji validitas tingkat kepentingan atribut keinginan konsumen dan tingkat kepuasan atribut keinginan konsumen seperti terlihat pada tabel.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Atribut Keinginan Konsumen

Kode Kuisisioner	Correlated item – total corelation	r tabel	Keterangan
Item 1	0.58	0.468	VALID
Item 2	0.629	0.468	VALID
Item 3	0.669	0.468	VALID
Item 4	0.537	0.468	VALID
Item 5	0.653	0.468	VALID
Item 6	0.493	0.468	VALID
Item 7	0.653	0.468	VALID
Item 8	0.726	0.468	VALID
Item 9	0.501	0.468	VALID
Item 10	0.646	0.468	VALID
Item 11	0.645	0.468	VALID

Item 12	0.494	0.468	VALID
Item 13	0.885	0.468	VALID
Item 14	0.512	0.468	VALID
Item 15	0.693	0.468	VALID
Item 16	0.707	0.468	VALID

Sumber : Data primer diolah (2020)

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Tingkat Kepuasan Atribut Keinginan Konsumen

Kode Kuisioner	Correlated item – total corelation	r tabel	Keterangan
Item 1	0.469	0.468	VALID
Item 2	0.885	0.468	VALID
Item 3	0.609	0.468	VALID
Item 4	0.670	0.468	VALID
Item 5	0.708	0.468	VALID
Item 6	0.634	0.468	VALID
Item 7	0.669	0.468	VALID
Item 8	0.620	0.468	VALID
Item 9	0.654	0.468	VALID
Item 10	0.605	0.468	VALID
Item 11	0.710	0.468	VALID
Item 12	0.692	0.468	VALID
Item 13	0.700	0.468	VALID
Item 14	0.606	0.468	VALID
Item 15	0.631	0.468	VALID
Item 16	0.611	0.468	VALID

Sumber : Data primer diolah (2020)

Adapun hasil uji reliabilitas instrument diperoleh hasil seperti terlihat pada tabel.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Nama	Cronbach's Alpha	Keterangan
Ekspektasi (Kepentingan)	0.944	reliable
Persepsi (Kinerja)	0.930	reliabel

Sumber : Data primer diolah (2020)

2.4.3. Atribut Kepentingan dan Keinginan Konsumen

Adapun atribut kepentingan dan keinginan konsumen sebagai berikut :

Tabel 6. Atribut Kepentingan dan Keinginan Konsumen

Dimensi Kualitas Produk	Atribut Keinginan dan Kebutuhan Konsumen
<i>Reliability</i> (Kehandalan)	1. Harga yang terjangkau untuk produk
	2. Kerapihan dalam <i>packing</i> produk
	3. Adanya informasi tentang produk baru
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	1. Kemudahan pelanggan dalam memesan
	2. Kemudahan dalam proses komunikasi untuk pelayanan terhadap pelanggan.
	3. Adanya <i>contact person</i> jika konsumen mengalami masalah dengan produk
	4. Kecepatan dalam merespon pemesanan
<i>Assurance</i> (jaminan)	1. Perusahaan mempunyai citra nama baik dimata pelanggan.
	2. Keamanan atau keabsahan produk yang terjamin.
	3. Keramahan karyawan dalam melayani konsumen.

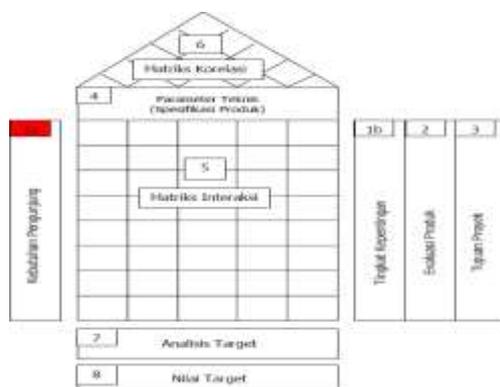
	4. Kesopanan karyawan dalam melayani konsumen
<i>Emphaty</i> (Empati)	1. Program pemberian bonus untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.
<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	1. Bahan baku yang bagus
	2. Banyaknya produk yang ditawarkan
	3. Kualitas yang baik
	4. Kualitas produk sesuai dengan harga yang ditawarkan.

Sumber : Kuisisioner (data diolah)

3.HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Perhitungan

Tahapan dari *Analisis House of Quality* yakni tentukan siapa pelanggan, lalu buatlah daftar keinginan pelanggan dan ukur pentingnya keinginan-keinginan tersebut dengan bantuan pembobotan.



Sumber: Rampersad, Hubert K. (2005, p153)

Gambar 1. Tahap Pertama Pengisian *House of Quality*

Langkah awal yang dilakukan dalam analisis QFD tahap pertama adalah dengan mengidentifikasi kriteria-kriteria kebutuhan pelanggan (*Voice of Customer*) yang didapat dari hasil wawancara dengan pihak yang menjadi responden dalam pengisian kuesioner ini adalah para karyawan dari PT. Bumi Menara Internusa dengan total sebanyak 25 karyawan bagian sortir.

Adapun hasil kuesioner yang didapat adalah sebagai berikut :

Tabel 7. Hasil Tingkat Kepentingan

No	Atribut Kepentingan dan Kebutuhan Konsumen	Derajat Kepentingan				Tingkat Kepentingan		
		SP	P	KP	TP	Jumlah	Mean	%
1	Kemudahan Pelanggan dalam Memesan (<i>Responsiveness</i>)	19	5	1	0	93	3,72	93,00
2	Kemudahan Proses Komunikasi dengan Pihak Pelayanan Pelanggan (<i>Responsiveness</i>)	14	7	4	0	85	3,40	88,64
3	Kecepatan dalam merespon pemesanan (<i>Responsiveness</i>)	12	13	0	0	87	3,48	90,15
4	Kehandalan dalam memberikan informasi terbaru tentang produk (<i>Reliability</i>)	7	7	10	1	70	2,80	77,27

5	Perusahaan mempunyai citra nama baik dimata pelanggan. (<i>Assurance</i>)	2	8	9	6	56	2,24	66,67
6	Keamanan atau keabsahan produk yang terjamin. (<i>Assurance</i>)	17	8	0	0	92	3,68	93,94
7	Program Pemberian Bonus untuk meningkatkan loyalitas pelanggan (<i>Empathy</i>)	2	8	7	8	54	2,16	63,64
8	Variasi layanan dalam pemesanan produk (<i>Reliability</i>)	14	8	3	0	86	3,44	89,39

Sumber: Kuesioner

Untuk perhitungan rata-rata (*mean*) jawaban berdasarkan bobot adalah sebagai berikut :

Rata-rata dari jawaban responden dalam kemudahan pelanggan dalam memesan adalah :

$$93 : 25 \text{ (jumlah responden)} = 3,72$$

Keterangan :

SP = Sangat Penting = 4

P = Penting = 3

KP = Kurang Penting = 2

TP = Tidak Penting = 1

Skor tertinggi untuk setiap pertanyaan adalah = 4 x (jumlah responden) = 4 x 25 = 100

Skor terendah untuk setiap pertanyaan adalah = 1 x (jumlah responden) = 1 x 25 = 25

Untuk perhitungan tingkat kepentingan di tiap masing – masing pertanyaan, dilakukan sesuai contoh perhitungan dibawah ini :

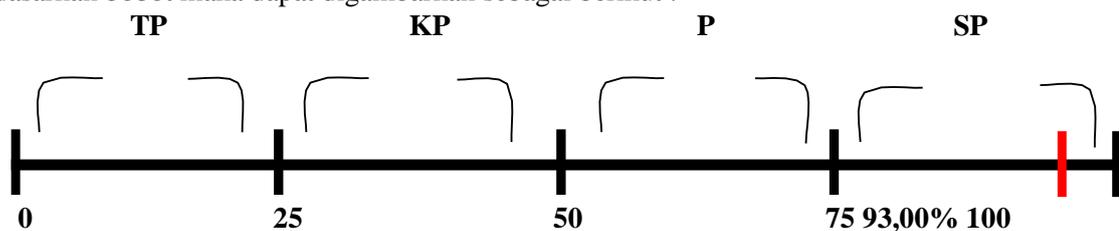
Tingkat kepentingan kemudahan pelanggan dalam memesan :

$$\begin{array}{rcl}
 \text{SP} & : 19 \times 4 & = 76 \\
 \text{P} & : 5 \times 3 & = 15 \\
 \text{KP} & : 1 \times 2 & = 2 \\
 \text{P} & : 0 \times 1 & = 0 \quad + \\
 \hline
 & & 93
 \end{array}$$

Jadi, tingkat kepentingan e-travel dari segi kemudahan pelanggan dalam memesan tiket adalah:

$$(93 / 100) \times 100 \% = 93,00 \%$$

Berdasarkan bobot maka dapat digambarkan sebagai berikut :



Keterangan :

- ≤ 25 = TP
- 26 – 50 = KP
- 51 – 75 = P
- 76 – 100 = SP

Tabel 8. Hasil Analisis QFD

Pernyataan	Tingkat Kepentingan		
	Kemudahan Pelanggan dalam Memesan (<i>Responsiveness</i>)	94,70	SP

Kemudahan Proses Komunikasi dengan Pihak Pelayanan Pelanggan (<i>Responsiveness</i>)	88,64	SP	4
Kecepatan dalam merespon pemesanan (<i>Responsiveness</i>)	90,15	SP	4
Kehandalan dalam memberikan informasi terbaru tentang produk (<i>Reliability</i>)	77,27	SP	4
Perusahaan mempunyai citra nama baik dimata pelanggan. (<i>Assurance</i>)	66,67	P	3
Keamanan atau keabsahan produk yang terjamin. (<i>Assurance</i>)	93,94	SP	4
Program Pemberian Bonus untuk meningkatkan loyalitas pelanggan (<i>Empathy</i>)	63,64	P	3
Variasi layanan dalam pemesanan produk (<i>Reliability</i>)	89,39	SP	4

Berdasarkan hasil analisis tingkat kepentingan pelanggan mementingkan kriteria-kriteria sebagai berikut:

1. Kemudahan pelanggan dalam memesan
 Dalam pelayanan yang baik suatu perusahaan harus memudahkan pelanggan dalam melakukan semua transaksi yang diinginkan dan tidak membutuhkan proses yang lama untuk melakukan transaksi tersebut.
2. Keamanan atau keabsahan produk
 Pelanggan tidak akan merasa takut untuk melakukan pembelian jika perusahaan memberikan jaminan dalam hal keamanan ataupun keabsahan produk yang telah dibeli.
3. Kecepatan dalam merespon pemesanan
 Kehandalan pelayanan perusahaan untuk dapat memenuhi permintaan pelanggan sangatlah penting agar pelanggan merasa nyaman dalam memesan sehingga mereka mengetahui bahwa yang telah mereka pesan telah diterima oleh pihak perusahaan sehingga tidak merasa takut lagi akan kehabisan.
4. Variasi layanan pemesanan produk
 Perusahaan harus menyediakan beberapa alternatif dalam memudahkan pelanggan untuk dapat memesan produk yang mereka inginkan seperti adanya pemesanan melalui telepon, email, fax, pemesanan langsung dan mendatangi perusahaan.
5. Kemudahan proses komunikasi dengan pihak pelayanan pelanggan.
 Dalam hal ini perusahaan harus dapat merespon semua informasi yang ingin diketahui oleh pelanggan mulai dari jadwal penerbangan, harga, apakah produk tersebut sudah di terima atau belum, keluhan serta pertanyaan pelanggan. Kunci dari keberhasilan ini adalah media komunikasi yang digunakan oleh perusahaan apakah itu email, fax, telepon, website untuk memudahkan proses komunikasi dengan pelanggan.
6. Kehandalan dalam memberikan informasi terbaru mengenai produk
 Perusahaan harus dapat memberikan informasi-informasi terbaru mengenai promosi-promosi yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pelanggan.
7. Perusahaan mempunyai citra nama baik dimata pelanggan
 Perusahaan harus membangun citra positif dimata pelanggan sehingga pelanggan akan merasa nyaman untuk membeli ataupun melakukan transaksi sehingga pelanggan tidak merasa tertipu.
8. Program pemberian hadiah untuk meningkatkan loyalitas pelanggan

Pelanggan akan merasa diperhatikan oleh perusahaan apabila perusahaan memberikan *reward* kepada pelanggan yang telah loyal dalam melakukan pembelian secara terus menerus di perusahaan.

Setelah melakukan penghitungan dengan metode analisis QFD (*Quality Function*

Deployment) , Layanan PT. X memiliki beberapa kelemahan dibandingkan dengan pesaingnya, kelemahan layanan PT. X yaitu dalam hal kemudahan pelanggan dalam memesan, variasi layanan pemesanan, kehandalan dalam memberikan informasi terbaru tentang promo.

Jadi, dari hasil analisis QFD (*Quality Function Deployment*) yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa peningkatan atau perbaikan layanan PT. X yang sudah ada saat ini perlu dilakukan dengan mengusulkan atau merekomendasikan Perancangan yang berbasis web agar keinginan pelanggan yang tadinya tidak dapat dipenuhi sehingga dapat terpenuhi untuk dapat memaksimalkan penggunaan Layanan PT. X sendiri adalah :

1. Kemudahan pelanggan dalam memesan produk karena memiliki persen bobot sebesar (16,36%).
2. Meningkatkan kehandalan perusahaan dalam memberikan informasi terbaru mengenai promo karena memiliki persen bobot sebesar (15,84%).
3. Meningkatkan Variasi layanan dalam pemesanan karena memiliki memiliki persen bobot (17,32 %)

3.2. Rencana Solusi Pemecahan

Rencana solusi yang akan diterapkan untuk memecahkan masalah di atas adalah dengan menerapkan konsep perancangan *e-marketing* guna mengoptimalkan efektifitas penjualan PT. X. Perancangan yang dilakukan merupakan hasil analisis sistem pemesanan dan evaluasi tingkat pemesanan dan kualitas pelayanan melalui metode *Quality Function Deployment*. Setelah melakukan analisis ini peneliti dapat membandingkan kualitas pelayanan dengan pesaing dan prioritas perancangan *website*. Peneliti akan mengetahui faktor-faktor apa saja yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan, dan akan menerapkannya dalam perancangan *website*.

4. SIMPULAN

Simpulan dari laporan ini adalah :

1. Titik kritis pengolahan uang ada pada kehandalan karyawan dalam memilih uang yang sesuai dengan standar yang ditetapkan. Kehandalan diperoleh melalui pelatihan.
2. Kemudahan pelanggan dalam memesan produk karena memiliki persen bobot sebesar (16,36%). Meningkatkan kehandalan perusahaan dalam memberikan informasi terbaru mengenai promo karena memiliki persen bobot sebesar (15,84%). Meningkatkan Variasi layanan dalam pemesanan karena memiliki memiliki persen bobot (17,32 %).

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alma, Buchari., 2009, *Manajemen Korporat Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- [2] Bethe L., Lawrence. (1962). *Industrial organization and management*. Japan: Tosho Insatsu.
- [3] Cohen, Lou. (1995). *Quality function deployment : How to make QFD work of you*. New York: Wesley Publishing Company.
- [4] Grant, Robert M., 1995, *Contemporary Strategy Analysis : Concept Technique, Application*, Basil Blacwell inc. Massachussetts.
- [5] Liandi, O., & Fitria, F. (2019). Evaluasi Tata Kelola Framework COBIT 5 pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil. *POSITIF: Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi*, 5(2), 111-115.
- [6] Hill, C.W.L., & Jones, G.R., 2008, *Strategic Management*, Houghton Mifflin Company, Boston.

- [7] Husaini, Martani., 2006, *Manajemen Strategik Kontemporer*, E-book.
- [8] Nasution, M.N., 2004, *Total Service Management*, “*Manajemen Jasa Terpadu*” Edisi Pertama, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.
- [9] Rangkuti, F., 2006, *Measuring Customer Satisfaction*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- [10] Ardiansyah, R. (2019, November). Penggunaan Metode Balance Scorecard Untuk Mengukur Kinerja Pekerjaan Pada PT. Bangun Cipta Karya Pamungkas (PT. BCKP). In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 78-87).
- [11] Rangkuti, F., 2017, *Customer Care Excellence*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- [12] Rampersat, Kock (2012). *Voice of customer*. USA: Little Brown.
- [13] Saleh, Akh. Muwafik., 2010, *Public Service Communication*, Penerbit UMM Press, Malang.
- [14] Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- [15] Treacy, M. and Wiersema, F., *The Discipline of Market Leader : Choose Your Customer Narrow Your Focus, Dominate Your Market*, Addison-Wesley, 1997.
- [16] Umar, Husein, 2004, *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*, Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.
- [17] Uyanto, Stanislaus S., 2006, *Metode Penelitian*, Bumi Aksara, Jakarta.
- [18] Uyanto, Stanislaus S., 2008, *Pedoman Analisis Data Dengan SPSS*, Penerbit Graha Ilmu, Jakarta.
- [19] Wijaya, Toni, 2011, *Manajemen Kualitas Jasa*, Penerbit PT. INDEKS, Jakarta.