

Analisis Kepuasan Bagian Finishing Terhadap Pelayanan Pengiriman *Supply After Wash* Dengan Metode *ServQual* dan QFD

Andrie Bagaskara*, Yustina Suhandini Tjahjaningsih, Dwi Iryaning Handayani

Program Studi Teknik Industri, Universitas Panca Marga, Probolinggo, Indonesia

Email : dwiiryaning@upm.ac.id, yustina.upm@gmail.com

*Corresponding Author : andriebabaskara96@gmail.com

INFO ARTIKEL

Article history

Received 20 Agustus 2022

Revised 21 September 2022

Accepted 20 Desember 2022

Available Online 27 Desember 2022

Kata Kunci

Garment

Quality Function Deployment (QFD)

Service Quality (*ServQual*)

Airing Cost

ABSTRAK

PT. Eratex Djaja Tbk di kota Probolinggo bergerak di bidang *garment* yang menghasilkan produk ekspor. Dalam melayani permintaan-permintaan pasar luar negeri PT. Eratex Djaja Tbk dituntut agar pengiriman barang selalu tepat waktu dan komunikasi yang lancar juga hal yang penting. Pengiriman barang yang tidak tepat waktu bisa berakibat *airing cost* (biaya pengiriman lewat udara) yang biasanya di karenakan salah satunya keterlambatan mengirim barang setelah cuci ke bagian *finishing* dan merespond keluhan bagian *finishing* terhadap barang *urgent*. Maka dari itu penting untuk dilakukan penelitian tentang kepuasan bagian *finishing* terhadap pelayanan kondisi saat ini, sehingga metode yang akan digunakan yaitu metode *Quality Function Deployment (QFD)* dan *Service Quality (ServQual)*. Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus yang dilakukan dengan pengambilan data melalui penyebaran kuisioner. Subjek penelitian adalah bagian finishing di PT. Eratex Djaja Tbk. Hasil penelitian menunjukkan ada kesenjangan antara persepsi dan ekspektasi konsumen yaitu dengan rata-rata *persepsi* 3.96 dan rata-rata ekspektasi 4.36 nilai *Gap* rata-rata -0.40. maka dapat disimpulkan bahwa semua atribut pelayanan masih di bawah ekspektasi konsumen, hal ini menunjukkan konsumen tidak puas dengan pelayanan yang ada.

Pendahuluan

[1]Pengiriman barang yang tidak tepat waktu bisa mengakibatkan *airing cost* (biaya pengiriman lewat udara) yang biasanya di karenakan terlambatnya pengiriman *supply* antar bagian, biasanya keterlambatan pengiriman barang sering terjadi pada bagian *washing* yang akan di *transfer* pada bagian *finishing*. Sehingga para *buyers* yang mewakili banyak konsumen selalu mengeluh terhadap pelayanan bagian *washing* yang sangat kurang memuaskan terhadap bagian *finishing*. [2]Oleh karena itu, *buyers* dan para konsumen memiliki harapan agar suatu pelayanan pada bagian *washing* dapat bisa di perbaiki untuk mendukung kinerja pada bagian *finishing*. Keterlambatan pengiriman selalu menjadi masalah utama yang harus dihindari. [3]Dengan demikian perlu di bentuk *pull up* dan *closing*

team agar dapat memperbaiki kualitas pelayanan bagian *washing* terhadap bagian *finishing*. [4]Hal ini sesuai dengan Gaspersz (2001), bahwa fokus dari kualitas adalah pada kepuasan pelayanan, sehingga perlu diperhatikan komponen-komponen yang berkaitan dengan kepuasan *finishing*. [5]Hal yang sama dinyatakan oleh J Trisnowati (2013) kepuasan bagian dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan harus dapat terpenuhi. Oleh karena itu dalam melakukan pelayanan terhadap bagian *finishing* perlu menyesuaikan keinginan serta kebutuhan bagian finishing. Maka dari itu penting untuk dilakukan penelitian tentang kepuasan *finishing* terhadap pelayanan kondisi saat ini.

Metode

Quality Function Deployment (QFD) dan *Service Quality (ServQual)*. *Quality Function Deployment (QFD)* adalah metodologi dalam suatu proses perancangan dan pengembangan produk atau layanan yang mampu mengintegrasikan suara-suara konsumen ke dalam proses perancangannya. [8] *QFD* digunakan untuk merancang suatu perbaikan kualitas pelayanan, sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan oleh pelanggan serta kemampuan perusahaan. Sedangkan *ServQual* adalah suatu kuesioner yang digunakan untuk mengukur kualitas jasa. [6][7] Pendekatan *ServQual* digunakan untuk menentukan atribut serta mengukur kesenjangan (*gap*) antara harapan dan persepsi konsumen terhadap suatu pelayanan yang di jalani. (Setiyono, 2018).

Cara pengambilan data yaitu dengan membagikan kuisisioner pada *Kabag, Staff, Supervisor*, dan *Foreman* di PT.ERATEX DJAJA Tbk. di Bagian *Finishing*.

Identifikasi Atribut Penelitian

Indikator kualitas layanan dikelompokkan kedalam 5 dimensi *ServQual* .:

Tabel 1. Atribut Kualitas Pelayanan

No	Dimensi	Variabel Kualitas Pelayanan
1	Bukti Langsung (<i>Tangibels</i>)	Penampilan <i>Pull Up</i> dan <i>Closing Team</i> yang rapi dan profesional Perlengkapan <i>schedule</i> dan data yang sudah tersedia Kenyamanan bagian <i>Finishing</i> ketika meminta kekurangan <i>supply</i> yang sangat urgent pada <i>pull up</i> dan <i>closing team</i>
2	Keandalan (<i>Reliability</i>)	Bersikap simpatik dan mampu meyakinkan <i>Kabag</i> dan <i>Staff</i> di bagian <i>Finishing</i> Menyelesaikan pekerjaan sesuai keinginan dan kebutuhan bagian <i>Finishing</i>

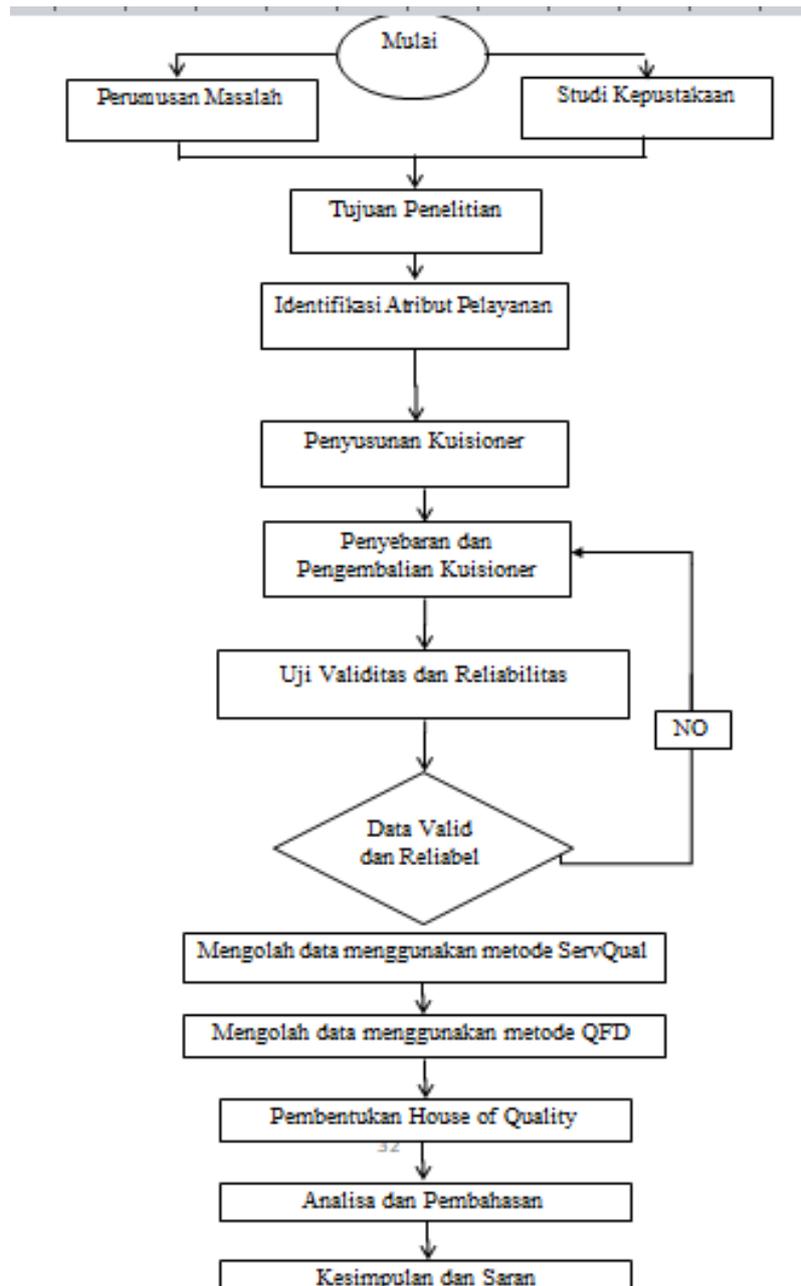
No	Dimensi	Variabel Kualitas Pelayanan
3	Daya Tanggap (<i>Responsive-ness</i>)	Hasil penyelesaian pengiriman <i>supply</i> prioritas dan <i>urgent</i> sesuai dengan permintaan bagian <i>Finishing</i> Selalu merespon keluhan bagian <i>Finishing</i> dengan tanggap dan cepat Mempunyai <i>soft skill</i>
4	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Sopan santun dan disiplin team <i>Pull up</i> dan <i>closing team</i> dapat menjelaskan kendala dan keadaan yang terjadi di bagian <i>Washing Pull up</i> dan <i>closing team</i> berpengalaman dan berkompeten
5	Empati (<i>Empathy</i>)	Memperhatikan keluhan konsumen atas masalah atau kendala yang ada di bagian <i>Washing</i> Memberikan perhatian kepada bagian <i>Finishing</i> secara personal Mudah dihubungi oleh bagian <i>Finishing</i> ketika ada kekurangan barang atau kebutuhan <i>CMT urgent</i>

Atribut : Tanggapan Pelanggan

Indikator :

1. Persepsi = Sangat baik, baik, netral, tidak baik, sangat tidak baik
2. Harapan = Sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju
3. Kepentingan = Sangat penting, penting, netral, tidak penting, sangat tidak penting

Langkah Penelitian



Gambar 1. Flowchart Langkah-langkah Penelitian

Hasil & Pembahasan

Identifikasi Atribut Pelayanan

Agar atribut pelayanan sesuai dengan yang di harapkan konsumen, maka perlu dibagikan kuisiomer untuk mengetahui apakah atribut dari pelayanan tersebut sudah mewakili keinginan konsumen. Kuisiomer yang dibagikan adalah berjumlah 45 responden.

Uji Validitas

Hasil kuisiomer akan diuji valid dan tidaknya dengan menggunakan SPSS Dari tabel

r diperoleh r tabel sebesar 0,294. Jika hasil r hitung lebih besar daripada r tabel (0,294) maka dinyatakan valid. Hasil uji validitas dari SPSS seperti berikut ini.

Uji Reliabilitas

Digunakan untuk menguji keandalan dari suatu data. Uji Reliabilitas akan dilakukan dengan menggunakan SPSS 16.0. Data dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach alpha lebih dari 0,294. Seperti berikut ini.

Tabel 2. Uji Validitas Persepsi Pelayanan

No	Variabel Kualitas Pelayanan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	Penampilan <i>Pull Up</i> dan <i>Closing Team</i> yang rapi dan professional	0.441	0.294	<i>Valid</i>
2	Perlengkapan <i>schedull</i> dan data yang sudah tersedia	0.353	0.294	<i>Valid</i>
3	Kenyamanan bagian <i>Finishing</i> ketika meminta kekurangan <i>supply</i> yang sangat <i>urgent</i> pada <i>pull up</i> dan <i>closing team</i>	0.52	0.294	<i>Valid</i>
4	Bersikap simpatik dan mampu meyakinkan Kabag dan <i>Staff</i> di bagian <i>Finishing</i>	0.492	0.294	<i>Valid</i>
5	Menyelesaikan pekerjaan sesuai keinginan dan kebutuhan bagian <i>Finishing</i>	0.599	0.294	<i>Valid</i>
6	Hasil penyelesaian pengiriman <i>supply</i> prioritas dan <i>urgent</i> sesuai dengan permintaan bagian <i>Finishing</i>	0.451	0.294	<i>Valid</i>
7	Selalu merespon keluhan bagian <i>Finishing</i> dengan tanggap dan cepat	0.622	0.294	<i>Valid</i>
8	Mempunyai <i>soft skill</i>	0.636	0.294	<i>Valid</i>
9	Sopan santun dan disiplin <i>team</i>	0.406	0.294	<i>Valid</i>
10	<i>Pull up</i> dan <i>closing team</i> dapat menjelaskan kendala dan keadaan yang terjadi di bagian <i>Washing</i>	0.679	0.294	<i>Valid</i>
11	<i>Pull up</i> dan <i>closing team</i> berpengalaman dan berkompeten	0.739	0.294	<i>Valid</i>
12	Memperhatikan keluhan konsumen atas masalah atau kendala yang ada di bagian <i>Washing</i>	0.658	0.294	<i>Valid</i>
13	Memberikan perhatian kepada bagian <i>Finishing</i> secara personal	0.51	0.294	<i>Valid</i>
14	Mudah dihubungi oleh bagian <i>Finishing</i> ketika ada kekurangan barang atau kebutuhan CMT <i>urgent</i>	0.685	0.294	<i>Valid</i>

Tabel 3. Uji Validitas Ekspetasi Pelayanan

No	Variabel Kualitas Pelayanan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	Penampilan <i>Pull Up</i> dan <i>Closing Team</i> yang rapi dan professional	0.469	0.294	<i>Valid</i>
2	Perlengkapan <i>schedull</i> dan data yang sudah tersedia	0.548	0.294	<i>Valid</i>
3	Kenyamanan bagian <i>Finishing</i> ketika meminta kekurangan <i>supply</i> yang sangat <i>urgent</i> pada <i>pull up</i> dan <i>closing team</i>	0.469	0.294	<i>Valid</i>
4	Bersikap simpatik dan mampu meyakinkan Kabag dan <i>Staff</i> di bagian <i>Finishing</i>	0.755	0.294	<i>Valid</i>
5	Menyelesaikan pekerjaan sesuai keinginan dan kebutuhan bagian <i>Finishing</i>	0.656	0.294	<i>Valid</i>
6	Hasil penyelesaian pengiriman <i>supply</i> prioritas dan <i>urgent</i> sesuai dengan permintaan bagian <i>Finishing</i>	0.558	0.294	<i>Valid</i>
7	Selalu merespon keluhan bagian <i>Finishing</i> dengan tanggap dan cepat	0.757	0.294	<i>Valid</i>
8	Mempunyai <i>soft skill</i>	0.711	0.294	<i>Valid</i>
9	Sopan santun dan disiplin <i>team</i>	0.598	0.294	<i>Valid</i>
10	<i>Pull up</i> dan <i>closing team</i> dapat menjelaskan kendala dan keadaan yang terjadi di bagian <i>Washing</i>	0.678	0.294	<i>Valid</i>
11	<i>Pull up</i> dan <i>closing team</i> berpengalaman dan berkompeten	0.549	0.294	<i>Valid</i>
12	Memperhatikan keluhan konsumen atas masalah atau kendala yang ada di bagian <i>Washing</i>	0.565	0.294	<i>Valid</i>
13	Memberikan perhatian kepada bagian <i>Finishing</i> secara personal	0.718	0.294	<i>Valid</i>
14	Mudah dihubungi oleh bagian <i>Finishing</i> ketika ada kekurangan barang atau kebutuhan CMT <i>urgent</i>	0.718	0.294	<i>Valid</i>

Tabel 4. Uji Reliabilitas Tingkat Pelayanan

No	Tingkat Pelayanan	Alpha	r Tabel	Keterangan
1	Tingkat persepsi pelayanan <i>washing</i>	0.821	0.294	Reliabel
2	Tingkat harapan pelayanan <i>washing</i>	0.881	0.294	Reliabel
3	Tingkat kepentingan pelayanan <i>washing</i>	0.909	0.294	Reliabel

Washing. Kualitas pelayanan dapat dilihat dari *gap* (Nilai *ServQual*) antara persepsi konsumen dengan harapan (ekspektasi) konsumen, data didapatkan dari rumus untuk menghitung nilai rata-rata skor persepsi dan harapan sebagai berikut:

$$Q = P - E$$

Keterangan : Q = nilai *gap*

P = Rata persepsi

E = Rata ekspektasi

Nilai *gap* (+) positif diperoleh apabila skor persepsi lebih besar dari pada skor harapan, sedangkan apabila skor ekspektasi lebih besar dari pada skor persepsi akan diperoleh nilai *gap* (-) negatif. Apabila total nilai *gap* positif maka pelanggan dianggap sangat puas terhadap pelayanan perusahaan tersebut. Sebaliknya apabila nilai *gap* adalah negatif, maka pelanggan kurang/tidak puas terhadap pelayanan.

Pengolahan Data Dengan Menggunakan Metode *Servqual*

Analisis tingkat kepuasan suatu konsumen digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan bagian

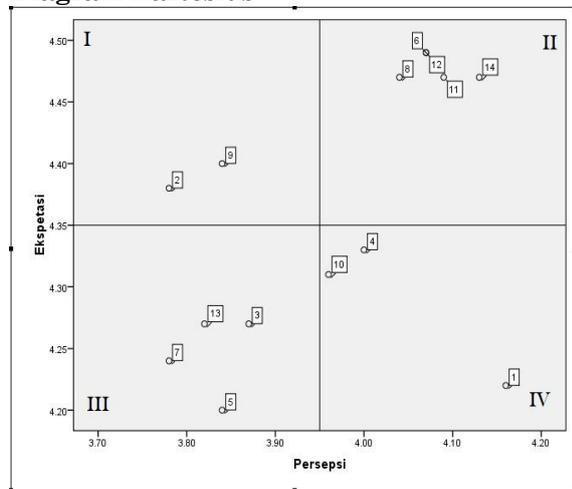
Tabel 5. Tingkat Persepsi, Tingkat Ekspektasi dan Nilai *ServQual*

Variabel	Item	Nilai				Q
		$\sum xi$	$\sum yi$	x1(p)	x1(e)	
Bukti Langsung (<i>Tangibels</i>)						
1	Penampilan <i>Pull Up</i> dan <i>Closing Team</i> yang rapi dan profesional	187	190	4.16	4.22	-0.07
2	Perlengkapan <i>schedull</i> dan data yang sudah tersedia	170	197	3.78	4.38	-0.60
3	Kenyamanan bagian <i>Finishing</i> ketika meminta kekurangan <i>supply</i> yang sangat <i>urgent</i> pada <i>pull up</i> dan <i>closing team</i>	174	192	3.87	4.27	-0.40
Keandalan (<i>Reliability</i>)						
4	Bersikap simpatik dan mampu meyakinkan Kabag dan <i>Staff</i> di bagian <i>Finishing</i>	180	195	4.00	4.33	-0.33
5	Menyelesaikan pekerjaan sesuai keinginan dan kebutuhan bagian <i>Finishing</i>	173	189	3.84	4.20	-0.36
6	Hasil penyelesaian pengiriman <i>supply</i> prioritas dan <i>urgent</i> sesuai dengan permintaan bagian <i>Finishing</i>	183	202	4.07	4.49	-0.42
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)						
7	Selalu merespon keluhan bagian <i>Finishing</i> dengan tanggap dan cepat	170	192	3.78	4.27	-0.49
8	Mempunyai <i>soft skill</i>	182	201	4.04	4.47	-0.42
Jaminan (<i>Assurance</i>)						
9	Sopan santun dan disiplin <i>team</i>	173	198	3.84	4.40	-0.56
10	<i>Pull up</i> dan <i>closing team</i> dapat menjelaskan kendala dan keadaan yang terjadi di bagian <i>Washing</i>	178	194	3.96	4.31	-0.36
11	<i>Pull up</i> dan <i>closing team</i> berpengalaman dan berkompeten	184	201	4.09	4.47	-0.38
Empati (<i>Empathy</i>)						
12	Memperhatikan keluhan konsumen atas masalah atau kendala yang ada di bagian <i>Washing</i>	183	202	4.07	4.49	-0.42

Variabel	Item	Nilai				Q
		$\sum x_i$	$\sum y_i$	$x_{1(p)}$	$x_{1(e)}$	
13	Memberikan perhatian kepada bagian <i>Finishing</i> secara personal	172	192	3.82	4.27	-0.44
14	Mudah dihubungi oleh bagian <i>Finishing</i> ketika ada kekurangan barang atau kebutuhan CMT <i>urgent</i>	186	201	4.13	4.47	-0.33

Dari data di atas ada kesenjangan (*Gap*) antara persepsi dengan Ekspektasi konsumen. Semua atribut pelayanan masih di bawah harapan konsumen, hal ini menunjukkan konsumen tidak/kurang puas dengan pelayanan yang ada.

Diagram Kartesius



Gambar 2. Diagram Kartesius

Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran ini memuat atribut/ pernyataan yang dianggap penting oleh pengunjung tetapi pada kenyataannya atribut/ pernyataan tersebut belum sesuai dengan harapan konsumen.

Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Atribut/ pernyataan ini memiliki tingkat harapan dan kinerja yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa atribut/ pernyataan tersebut

penting dan mempunyai kinerja yang tinggi dan wajib dipertahankan.

Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut/ pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa/biasa saja.

Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran ini atribut/ pernyataan ini memiliki tingkat harapan rendah menurut pelanggan akan tetapi memiliki kinerja yang baik, sehingga dapat dianggap berlebihan oleh pelanggan.

Pengolahan Data Menggunakan QFD

Dalam metode QFD terdapat beberapa tahapan dan beberapa perhitungan nilai yang harus ditentukan hingga dapat di bentuk HoQ, diantaranya :

1. Menentukan *Customer Needs (WHATs)*

Pada tahap ini dibuat *matrix customer needs (WHATs)* diambil berdasarkan atribut pelayanan pada kuisioner. Berdasarkan studi literatur dan masukan dari pihak *finishing* maka didapatkan 14 *customer needs*.

2. Menentukan *Technical Respon (HOWs)*

Respon teknik adalah respon yang diberikan oleh suatu penyedia jasa untuk memenuhi *customer needs*. Respon teknik dilaksanakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan tapi dalam atribut yang ada. Berikut respon teknik berdasarkan *focus group discussion* dengan pihak manajemen Washing.

Tabel 6. Penjabaran *Customer Needs* ke dalam *Technical Respond*

No	<i>Customer Needs</i>	<i>Technical Respond</i>
1	Penampilan <i>Pull Up</i> dan <i>Closing Team</i> yang rapi dan profesional	Melakukan pekerjaan dengan SOP
2	Perlengkapan <i>schedull</i> dan data yang sudah tersedia	Mengadakan pelatihan pelayanan
3	Kenyamanan bagian <i>Finishing</i> ketika meminta kekurangan <i>supply</i> yang sangat <i>urgent</i> pada <i>pull up</i> dan <i>closing team</i>	Melakukan penilaian secara berkala
4	Bersikap simpatik dan mampu meyakinkan Kabag dan <i>Staff</i> di bagian <i>Finishing</i>	Mengadakan pelatihan pelayanan
5	Menyelesaikan pekerjaan sesuai keinginan dan kebutuhan bagian <i>Finishing</i>	Mengadakan program pelatihan berkala

No	<i>Customer Needs</i>	<i>Technical Respond</i>
6	Hasil penyelesaian pengiriman <i>supply</i> prioritas dan <i>urgent</i> sesuai dengan permintaan bagian <i>Finishing</i>	Pengecekan ulang hasil layanan
7	Selalu merespon keluhan bagian <i>Finishing</i> dengan tanggap dan cepat	Penambahan jam operasional
8	Mempunyai <i>soft skill</i>	Mengadakan pelatihan pelayanan
9	Sopan santun dan disiplin <i>team</i>	Mengadakan pelatihan pelayanan
10	<i>Pull up</i> dan <i>closing team</i> dapat menjelaskan kendala dan keadaan yang terjadi di bagian <i>Washing</i>	Mengadakan program pelatihan berkala
11	<i>Pull up</i> dan <i>closing team</i> berpengalaman dan berkompoten	Mengadakan program pelatihan berkala
12	Memperhatikan keluhan konsumen atas masalah atau kendala yang ada di bagian <i>Washing</i>	Mengadakan pelatihan pelayanan
13	Memberikan perhatian kepada bagian <i>Finishing</i> secara personal	Mengadakan pelatihan pelayanan
14	Mudah dihubungi oleh bagian <i>Finishing</i> ketika ada kekurangan barang atau kebutuhan CMT <i>urgent</i>	Mengadakan pelatihan pelayanan

3. Menentukan hubungan antara *WHATs* dengan *HOWs (Relationship)*

Relationship matrix menunjukkan hubungan antara kebutuhan konsumen dengan respon *pull up dan closing team*. *Relationship matrix* menunjukkan seberapa kuat pengaruh respon *pull up dan closing team* yang diberikan dalam meningkatkan pelayanan dalam setiap atribut. Hubungan kebutuhan konsumen dengan respon team digambarkan dengan simbol-simbol. *Relationship matrix* dapat dilihat pada Gambar 3.

4. Menentukan *Technical Correlation* (hubungan antara *Matrix HOWs*)

Korelasi teknikal digunakan untuk mengidentifikasi suatu hubungan antara masing-masing respon team dengan menggunakan simbol-simbol. Hubungan tersebut ditentukan berdasarkan *focus group discussion* dengan pihak manajemen *Washing*. Hubungan antara respon team dapat dilihat pada Gambar 4.

5. Menentukan *Planning Matrix*

Planning matrix merupakan analisa perhitungan yang digunakan untuk merencanakan strategi suatu perusahaan. *Importance to Customer* berisi tingkat kepentingan dari atribut-atribut pelayanan bagian *Washing*. Perhitungan *importance to customer* dilakukan dengan menjumlahkan seluruh data yang diperoleh masing-masing atribut lalu dibagi dengan jumlah responden pada bagian *finishing* yang memberikan penilaian. Berikut rumus *importance to customer*:

$$\frac{\sum \text{Jumlah bobot tingkat kepentingan atribut ke } - i}{\text{Total jumlah responden}}$$

Hasil planning matrix dapat dilihat pada Tabel 7.

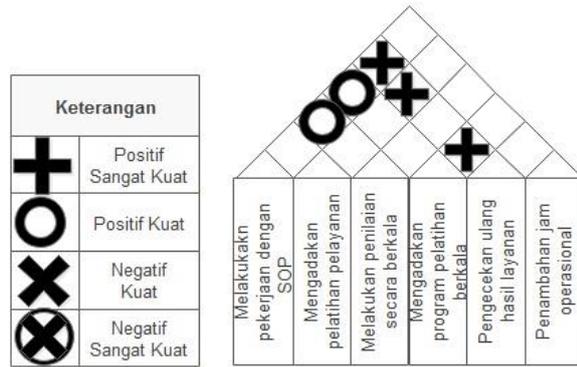
Tabel 7. *Importance to Customer*

No	<i>Customer Needs</i>	<i>Importance to Customer</i>
1	Penampilan <i>Pull Up</i> dan <i>Closing Team</i> yang rapi dan profesional	3.36
2	Perlengkapan <i>schedull</i> dan data yang sudah tersedia	3.98
3	Kenyamanan bagian <i>Finishing</i> ketika meminta kekurangan <i>supply</i> yang sangat <i>urgent</i> pada <i>pull up</i> dan <i>closing team</i>	3.89
4	Bersikap simpatik dan mampu meyakinkan Kabag dan <i>Staff</i> di bagian <i>Finishing</i>	4.07
5	Menyelesaikan pekerjaan sesuai keinginan dan kebutuhan bagian <i>Finishing</i>	4.18
6	Hasil penyelesaian pengiriman <i>supply</i> prioritas dan <i>urgent</i> sesuai dengan permintaan bagian <i>Finishing</i>	4.29
7	Selalu merespon keluhan bagian <i>Finishing</i> dengan tanggap dan cepat	4.16
8	Mempunyai <i>soft skill</i>	4.29

No	Customer Needs	Importance to Customer	No	Customer Needs	Importance to Customer
9	Sopan santun dan disiplin <i>team</i>	4.04		atas masalah atau kendala yang ada di bagian <i>Washing</i>	
10	<i>Pull up</i> dan <i>closing team</i> dapat menjelaskan kendala dan keadaan yang terjadi di bagian <i>Washing</i>	4.00	13	Memberikan perhatian kepada bagian <i>Finishing</i> secara personal	0.1931
11	<i>Pull up</i> dan <i>closing team</i> berpengalaman dan berkompeten	4.27	14	Mudah dihubungi oleh bagian <i>Finishing</i> ketika ada kekurangan barang atau kebutuhan CMT <i>urgent</i>	4.16
12	Memperhatikan keluhan konsumen	4.22			

	● Sangat Kuat (9)	○ Sedang (3)	▲ Lemah (1)	Melakukan pekerjaan dengan SOP	Mengadakan pelatihan pelayanan	Melakukan penilaian secara berkala	Mengadakan program pelatihan berkala	Pengecekan ulang hasil layanan	Penambahan jam operasional
Penerimaan Pull Up dan Closing Team yang rapi dan profesional	○								
Kenyamanan bagian Finishing ketika meminta kekurangan supply yang urgent		○							
Perlengkapan schedull dan data yang sudah tersedia			●						
Bersikap simpatik dan mampu meyakinkan Ka bagian Staff		●							
Menyelesaikan pekerjaan sesuai keinginan dan kebutuhan bagian Finishing						○			
Hasil penyelesaian pengiriman supply prioritas dan urgent sesuai permintaan Finishing							○		
Selalu merespon keluhan Finishing dengan tanggap dan cepat								●	
Mempunyai Soft skill		○							
Sopan santun dan disiplin team		●							
Pull up dan closing team dapat menjelaskan kendala dan keadaan yang terjadi di Washing						●			
Pull up dan closing team berpengalaman dan berkompeten						○			
Memperhatikan keluhan konsumen atas masalah atau kendala yang ada di bagian <i>Washing</i>	○								
Memberikan perhatian kepada bagian Finishing secara personal	●								
Mudah dihubungi oleh bagian Finishing ketika ada kekurangan barang	○								

Gambar 3. Relationship Matrix



Gambar 4. Hubungan Antar Respon Team

Goal adalah langkah berikutnya untuk menentukan nilai goal. Tujuan yang ingin dicapai adalah memuaskan konsumen. Perhitungan nilai goal menggunakan harapan konsumen sebagai tujuannya. Berikut rumus nilai goal :

$$\frac{\sum \text{Jumlah bobot tingkat harapan atribut ke } - i}{\text{Total jumlah responden}}$$

Tabel 8. Nilai Goal

No	Customer Needs	Nilai Goal
1	Penampilan <i>Pull Up</i> dan <i>Closing Team</i> yang rapi dan professional	4.22
2	Perlengkapan <i>schedull</i> dan data yang sudah tersedia	4.38
3	Kenyamanan bagian <i>Finishing</i> ketika meminta kekurangan <i>supply</i> yang sangat <i>urgent</i> pada <i>pull up</i> dan <i>closing team</i>	4.27
4	Bersikap simpatik dan mampu meyakinkan Kabag dan <i>Staff</i> di bagian <i>Finishing</i>	4.33
5	Menyelesaikan pekerjaan sesuai keinginan dan kebutuhan bagian <i>Finishing</i>	4.20
6	Hasil penyelesaian pengiriman <i>supply</i> prioritas dan <i>urgent</i> sesuai dengan permintaan bagian <i>Finishing</i>	4.49
7	Selalu merespon keluhan bagian <i>Finishing</i> dengan tanggap dan cepat	4.24
8	Mempunyai <i>soft skill</i>	4.47
9	Sopan santun dan disiplin <i>team</i>	4.40
10	<i>Pull up</i> dan <i>closing team</i> dapat menjelaskan kendala dan keadaan yang terjadi di bagian <i>Washing</i>	4.31
11	<i>Pull up</i> dan <i>closing team</i> berpengalaman dan berkompoten	4.47

No	Customer Needs	Nilai Goal
12	Memperhatikan keluhan konsumen atas masalah atau kendala yang ada di bagian <i>Washing</i>	4.49
13	Memberikan perhatian kepada bagian <i>Finishing</i> secara personal	4.27
14	Mudah dihubungi oleh bagian <i>Finishing</i> ketika ada kekurangan barang atau kebutuhan CMT <i>urgent</i>	4.47

Sales point adalah informasi mengenai kemampuan jasa berdasarkan seberapa baik *customer need* dapat terpenuhi. Nilai *sales point* sebagai berikut.

- Tidak ada titik jual 1
- Titik penjualan menengah 1,2
- Titik penjualan kuat 1,5

Penentuan *sales point* ini dapat dilakukan dengan cara mengurutkan kepentingan. Jadi atribut yang dianggap sangat penting diberi nilai 1,5, dan yang dianggap cukup penting diberi nilai 1,2, sedangkan yang dianggap kurang penting diberi nilai 1.

Tabel 9. Sales Point

No	Customer Needs	Sales Point
1	Penampilan <i>Pull Up</i> dan <i>Closing Team</i> yang rapi dan professional	1
2	Perlengkapan <i>schedull</i> dan data yang sudah tersedia	1
3	Kenyamanan bagian <i>Finishing</i> ketika meminta kekurangan <i>supply</i> yang sangat <i>urgent</i> pada <i>pull up</i> dan <i>closing team</i>	1
4	Bersikap simpatik dan mampu meyakinkan Kabag dan <i>Staff</i> di bagian <i>Finishing</i>	1.2
5	Menyelesaikan pekerjaan sesuai keinginan dan kebutuhan bagian <i>Finishing</i>	1.5
6	Hasil penyelesaian pengiriman <i>supply</i> prioritas dan <i>urgent</i> sesuai dengan permintaan bagian <i>Finishing</i>	1.5
7	Selalu merespon keluhan bagian <i>Finishing</i> dengan tanggap dan cepat	1.5
8	Mempunyai <i>soft skill</i>	1.5
9	Sopan santun dan disiplin <i>team</i>	1.2

No	Customer Needs	Sales Point
10	<i>Pull up</i> dan <i>closing team</i> dapat menjelaskan kendala dan keadaan yang terjadi di bagian <i>Washing</i>	1.2
11	<i>Pull up</i> dan <i>closing team</i> berpengalaman dan berkompeten	1.5
12	Memperhatikan keluhan konsumen atas masalah atau kendala yang ada di bagian <i>Washing</i>	1.5
13	Memberikan perhatian kepada bagian <i>Finishing</i> secara personal	1
14	Mudah dihubungi oleh bagian <i>Finishing</i> ketika ada kekurangan barang atau kebutuhan CMT <i>urgent</i>	1.5

Raw weight adalah gambaran prioritas kebutuhan konsumen atau bagian *Finishing* yang harus ditingkatkan oleh perusahaan dari masing-masing kebutuhan konsumen. Berikut rumus perhitungan *raw weight*.

$$Raw\ Weight = (Importance\ to\ Customer) \times (Goal/Persepsi) \times (Sales\ Point)$$

Normalized raw weight adalah nilai *raw weight* dalam skala 0 sampai 1 yang menunjukkan presentasi diperoleh dari rumus berikut.

$$Normalized\ Raw\ Weight = \frac{Raw\ Weight}{Total\ Raw\ Weight}$$

Tabel 10. *Normalized Raw Weight*

No	Customer Needs	Normalized Raw Weight
1	Penampilan <i>Pull Up</i> dan <i>Closing Team</i> yang rapi dan profesional	0.2439
2	Perlengkapan <i>schedull</i> dan data yang sudah tersedia	0.3294
3	Kenyamanan bagian <i>Finishing</i> ketika meminta kekurangan <i>supply</i> yang sangat <i>urgent</i> pada <i>pull up</i> dan <i>closing team</i>	0.3066
4	Bersikap simpatik dan mampu meyakinkan Kabag dan <i>Staff</i> di bagian <i>Finishing</i>	0.3779
5	Menyelesaikan pekerjaan sesuai keinginan dan	0.4893

No	Customer Needs	Normalized Raw Weight
6	kebutuhan bagian <i>Finishing</i> Hasil penyelesaian pengiriman <i>supply</i> prioritas dan <i>urgent</i> sesuai dengan permintaan bagian <i>Finishing</i>	0.5074
7	Selalu merespon keluhan bagian <i>Finishing</i> dengan tanggap dan cepat	0.5008
8	Mempunyai <i>soft skill</i>	0.5076
9	Sopan santun dan disiplin <i>team</i>	0.3963
10	<i>Pull up</i> dan <i>closing team</i> dapat menjelaskan kendala dan keadaan yang terjadi di bagian <i>Washing</i>	0.3737
11	<i>Pull up</i> dan <i>closing team</i> berpengalaman dan berkompeten	0.3998
12	Memperhatikan keluhan konsumen atas masalah atau kendala yang ada di bagian <i>Washing</i>	0.4991
13	Memberikan perhatian kepada bagian <i>Finishing</i> secara personal	0.3173
14	Mudah dihubungi oleh bagian <i>Finishing</i> ketika ada kekurangan barang atau kebutuhan CMT <i>urgent</i>	0.4817

6. Technical Matrix

Technical matrix digunakan untuk menentukan respon *team* yang digunakan dan diprioritaskan. *Priority Technical Respond* dilakukan dengan menghitung terlebih dahulu kontribusi dari masing-masing respon *team* terhadap seluruh *customer satisfaction*. *Priority Technical Respond* digunakan untuk menentukan prioritas dari respon *team*. Dalam menghitung kontribusi digunakan *normalized raw weight* dan *numerical value*. Berikut rumus *contribution* dan *Normalized contribution*:

$$Contribution = \sum(Normalized\ raw\ weight) \times (numerical\ value)$$

$$Normalized\ contribution = \frac{Contribution}{Total\ Contribution}$$

Tabel 11. *Normalized contribution*

No	<i>Customer Needs</i>	<i>Technical Respond</i>	<i>Contribution</i>	<i>Normalized Contribution</i>
1	Penampilan <i>Pull Up</i> dan <i>Closing Team</i> yang rapi dan professional	Melakukan pekerjaan dengan SOP	2.19	0.05
2	Perlengkapan <i>schedull</i> dan data yang sudah tersedia	Mengadakan pelatihan pelayanan	2.96	0.07
3	Kenyamanan bagian <i>Finishing</i> ketika meminta kekurangan <i>supply</i> yang sangat <i>urgent</i> pada <i>pull up</i> dan <i>closing team</i>	Melakukan penilaian secara berkala	0.92	0.02
4	Bersikap simpatik dan mampu meyakinkan Kabag dan <i>Staff</i> di bagian <i>Finishing</i>	Mengadakan pelatihan pelayanan	1.13	0.03
5	Menyelesaikan pekerjaan sesuai keinginan dan kebutuhan bagian <i>Finishing</i>	Mengadakan program pelatihan berkala	4.40	0.11
6	Hasil penyelesaian pengiriman <i>supply</i> prioritas dan <i>urgent</i> sesuai dengan permintaan bagian <i>Finishing</i>	Pengecekan ulang hasil layanan	4.40	0.11
7	Selalu merespon keluhan bagian <i>Finishing</i> dengan tanggap dan cepat	Penambahan jam operasional	1.50	0.04
8	Mempunyai <i>soft skill</i>	Mengadakan pelatihan pelayanan	4.57	0.11
9	Sopan santun dan disiplin <i>team</i>	Mengadakan pelatihan pelayanan	3.57	0.09
10	<i>Pull up</i> dan <i>closing team</i> dapat menjelaskan kendala dan keadaan yang terjadi di bagian <i>Washing</i>	Mengadakan program pelatihan berkala	1.12	0.03
11	<i>Pull up</i> dan <i>closing team</i> berpengalaman dan berkompeten	Mengadakan program pelatihan berkala	0.17	0.09
12	Memperhatikan keluhan konsumen atas masalah atau kendala yang ada di bagian <i>Washing</i>	Mengadakan pelatihan pelayanan	4.49	0.11
13	Memberikan perhatian kepada bagian <i>Finishing</i> secara personal	Mengadakan pelatihan pelayanan	0.07	0.02
14	Mudah dihubungi oleh bagian <i>Finishing</i> ketika ada kekurangan barang atau kebutuhan CMT <i>urgent</i>	Mengadakan pelatihan pelayanan	4.33	0.11

7. Pembentukan HoQ

Secara garis besar *HoQ* adalah upaya untuk mengkonversi *voice of costumer* secara langsung terhadap karakteristik team atau spesifikasi team dari sebuah produk (barang atau jasa) yang telah dihasilkan. Perusahaan akan berusaha mencapai karakteristik team yang

sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Berdasarkan hasil dari data diatas akan dibentuk rumah kualitas seperti Gambar 5.

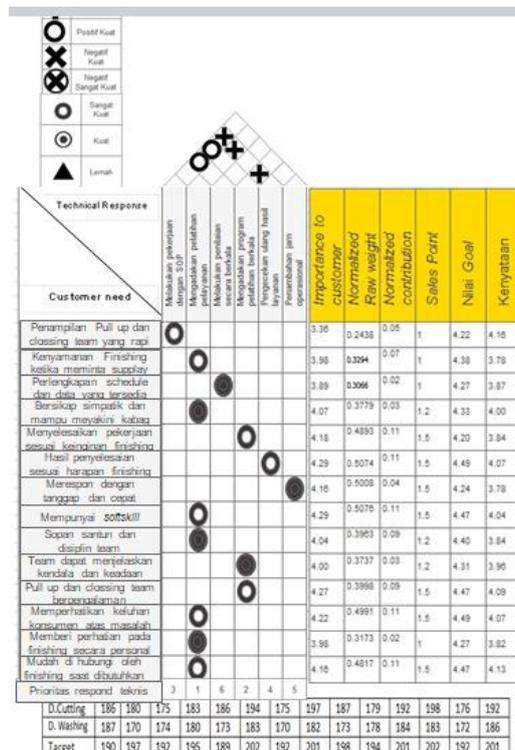
8. Pembahasan QFD

Berdasarkan hasil analisis matrik HOQ di atas didapatkan bahwa hasil sebagai berikut :

Tabel 12. *Normalized Contribution Customer Needs*

No	<i>Customer Needs</i>	<i>Technical Respond</i>	<i>Normalized Contribution</i>
1	Penampilan <i>Pull Up</i> dan <i>Closing Team</i> yang rapi dan professional	Melakukan pekerjaan dengan SOP	0.05
2	Perlengkapan <i>schedull</i> dan data yang sudah tersedia	Mengadakan pelatihan pelayanan	0.07

No	Customer Needs	Technical Respond	Normalized Contribution
3	Kenyamanan bagian <i>Finishing</i> ketika meminta kekurangan <i>supply</i> yang sangat <i>urgent</i> pada <i>pull up</i> dan <i>closing team</i>	Melakukan penilaian secara berkala	0.02
4	Bersikap simpatik dan mampu meyakinkan Kabag dan <i>Staff</i> di bagian <i>Finishing</i>	Mengadakan pelatihan pelayanan	0.03
5	Menyelesaikan pekerjaan sesuai keinginan dan kebutuhan bagian <i>Finishing</i>	Mengadakan program pelatihan berkala	0.11
6	Hasil penyelesaian pengiriman <i>supply</i> prioritas dan <i>urgent</i> sesuai dengan permintaan bagian <i>Finishing</i>	Pengecekan ulang hasil layanan	0.11
7	Selalu merespon keluhan bagian <i>Finishing</i> dengan tanggap dan cepat	Penambahan jam operasional	0.04
8	Mempunyai <i>soft skill</i>	Mengadakan pelatihan pelayanan	0.11
9	Sopan santun dan disiplin <i>team</i>	Mengadakan pelatihan pelayanan	0.09
10	<i>Pull up</i> dan <i>closing team</i> dapat menjelaskan kendala dan keadaan yang terjadi di bagian <i>Washing</i>	Mengadakan program pelatihan berkala	0.03
11	<i>Pull up</i> dan <i>closing team</i> berpengalaman dan berkompeten	Mengadakan program pelatihan berkala	0.09
12	Memperhatikan keluhan konsumen atas masalah atau kendala yang ada di bagian <i>Washing</i>	Mengadakan pelatihan pelayanan	0.11
13	Memberikan perhatian kepada bagian <i>Finishing</i> secara personal	Mengadakan pelatihan pelayanan	0.02
14	Mudah dihubungi oleh bagian <i>Finishing</i> ketika ada kekurangan barang atau kebutuhan CMT <i>urgent</i>	Mengadakan pelatihan pelayanan	0.11



Gambar 5. House of Quality

Kesimpulan

Dari hasil analisa pembahasan penelitian dan pengujian data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan *ServQual*, ada kesenjangan antara *persepsi* dan *ekspektasi* konsumen yaitu dengan rata-rata nilai *persepsi* 3.96 dan rata-rata nilai *ekspektasi* 4.36 nilai Gap rata-rata - 0.40. maka dapat disimpulkan semua atribut pelayanan masih di bawah ekspektasi konsumen, hal ini menunjukkan konsumen tidak/kurang puas dengan pelayanan yang ada. Pihak bagian *Washing* harus berusaha untuk memperbaiki pelayanan yang ada. Atribut pelayanan di kuadran pertama pada diagram kartesius harus menjadi prioritas utama dalam peningkatan kualitas layanan, dalam hal ini adalah mudah dihubungi oleh bagian *Finishing* ketika ada kekurangan barang atau kebutuhan CMT *urgent* dan sopan santun dan disiplin *team*. Jadi dari perhitungan metode *servqual* yang di dapat, *persepsi* bagian finishing terhadap bagian *washing* masih kurang memuaskan dan tidak memenuhi harapan.
2. Berdasarkan QFD, maka respon teknik yang seharusnya menjadi prioritas adalah:
 - Mengadakan pelatihan pelayanan
 - Mengadakan program pelatihan secara berkala
 - Melakukan pekerjaan sesuai SOP
 - Pengecekan ulang hasil dari layanan

Dan di adakan beberapa upaya/usaha untuk dapat meningkatkan atau memperbaiki pelayanan bagian *washing* terhadap bagian *finishing* sehingga bisa mencapai suatu harapan atau kebutuhan yang di inginkan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas diharapkan ada beberapa saran dari penulis antara lain :

1. Perbaiki pelayanan bagian *Washing* pada mudah dihubungi oleh bagian *Finishing* ketika ada kekurangan barang atau kebutuhan CMT *urgent* dan sopan santun dan disiplin *team*, misalnya dengan Mengadakan pelatihan pelayanan sehingga bagian *Finishing* ketika ada masalah dengan senang menyampaikan keluhanya sehingga bagian *Washing* dapat mengetahui permasalahanya dengan baik.
2. Melakukan pengecekan secara berkala atas pelayanan bagian *Washing* sehingga mengetahui apa yang perlu di perbaiki.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]Pangestika. 2018. *Mengenal Strategi Ckupan Pasar dan Jenis-Jenisnya*. Dapat diakses di: <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-mengenal-strategi-cakupan-pasar-dan-jenisnya>
- [2]Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- [3]Nashihuddin, Wahid . 2012. *Servqual : Metode Tepat Meningkatkan Kualitas Layanan Perpustakaan* Dapat diakses di: <http://pustaka1987.wordpress.com/2010/09/03/servqual-metode-tepat-meningkatkan-kualitas-layananperpustakaan/>
- [4]Gaspersz, Vincent. 2001. *Total Quality Management*. Jakarta : Gramedia
- [5]J Trisnowati. 2013. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Di UD Mandiri Sragen*. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi: UNSA
- [6]Setiyono , 2018 . *Pembuatan Alat Produksi Emping Melinjo Menggunakan Metode Quality Function Deployment(QFD)*. Jurusan Industri, Fakultas Teknik UMS
- [7]Irawan, 2009. *Indonesia Customer Satisfaction Frontier Marketing and Research Consultant*. Dapat diakses di: <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-mengenal-strategi-cakupan-pasar-dan-jenisnya/>
- [8]Wahyuni, 2014. *Gap Analysis* <http://qmc.binus.ac.id/2014/09/28/g-a-p-a-n-a-l-y-s-i-s/>