

**PENERAPAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT*
DALAM UPAYA MEMENUHI KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LAYANAN PESAN ANTAR PIZZA
(Studi Kasus pada S2 Pizza, Bali)**

A.A. Putri Cahaya Tyasdela¹, I Ketut Satriawan², A.A.P. Agung Suryawan Wiranatha²

¹Mahasiswa Jurusan Teknologi Industri Pertanian Fakultas Teknologi Pertanian Unud

²Dosen Jurusan Teknologi Industri Pertanian Fakultas Teknologi Pertanian Unud

Email: gungtyas_247@yahoo.com¹

Email koresponden: satriawan@unud.ac.id²

ABSTRACT

Improvement and development of the quality of services such as delivery order at the restaurant is now a public concern. The purpose of this study are: (1) to determine the attributes that necessitated by the customers about delivery order service; (2) to measure the level of customers interest on the quality of delivery order service and (3) to measure the level of customers satisfaction on the quality of delivery order service. This study used Quality Function Deployment (QFD) method. The results showed that there are 21 attributes of consumer interests necessitated by the consumer with a very important criterion. The highest consumer interest was attributes of food hygiene and beverages. The level of customer satisfaction with all consumer interest attributes of S2 Pizza were varying from usual/neutral to very satisfied. S2 Pizza needs to gives special attention to the attributes of customers complaint response, the identity of the restaurant's name on the shirt, jacket, and vehicles, and attributes of employees appearances of (cleanliness and tidiness).

Keywords: *Quality Function Deployment (QFD), customer satisfaction, fast food, delivery order.*

PENDAHULUAN

Restoran merupakan salah satu industri jasa yang perkembangannya cukup besar di Indonesia, terutama di wilayah Bali. Jumlah restoran di Bali tercatat sebanyak 1.069 usaha restoran pada tahun 2013 (BPS, 2014). Masyarakat saat ini, dengan berbagai kesibukan yang dimiliki lebih menginginkan sesuatu yang praktis, cepat, dan ekonomis, terutama untuk masyarakat di daerah perkotaan yang sering menjalankan aktivitasnya di luar rumah. Restoran dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat yang tidak memiliki waktu untuk menyiapkan makanannya sendiri.

Peningkatan dan perkembangan kualitas pelayanan pada restoran *fast food* kini telah menjadi perhatian masyarakat. Ketatnya persaingan dalam hal kualitas produk, harga, promosi dan distribusi di antara sekian banyaknya restoran *fast food* menyebabkan restoran perlu melakukan upaya pemberian kualitas pelayanan terbaik kepada pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi setiap pelanggan. Pelanggan yang mengalami kepuasan dalam mendapatkan pelayanan akan melakukan transaksi ulang

sehingga menimbulkan loyalitas, sebaliknya pelanggan yang tidak puas akan meninggalkannya dan beralih menjadi pelanggan perusahaan pesaing, akibatnya perusahaan mengalami penurunan pendapatan (Sangadji dan Sopiah, 2013).

Layanan pesan antar (*delivery order*) merupakan suatu kemudahan yang diberikan oleh pihak produsen, dalam hal ini restoran, untuk mengantar pesanan produk yang diinginkan ke suatu tempat yang dikehendaki pelanggan. Peningkatan kepuasan pelanggan pengguna jasa layanan pesan restoran cepat saji menjadi isu penting karena dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dan pelanggan. S2 Pizza merupakan salah satu restoran cepat saji yang sedang berkembang di Bali dengan menawarkan menu pizza, burger, dan pasta. Banyaknya pesaing, serta adanya komplain yang dilakukan oleh pelanggan pengguna layanan pesan antar S2 Pizza menyebabkan restoran perlu melakukan adanya upaya perbaikan kualitas pelayanan jasa. Memahami dan mengetahui tingkat kepuasan dan kepentingan pelanggan saat ini bisa sangat bermanfaat bagi manajemen agar dapat menentukan strategi perbaikannya.

Berdasarkan permasalahan diatas maka dilakukan penelitian “Penerapan Metode *Quality Function Deployment* Dalam Upaya Memenuhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Pesan Antar Pizza (Studi Kasus Pada S2 Pizza, Bali)” yang bertujuan untuk mengetahui atribut yang dipentingkan pelanggan jasa pesan antar serta mengetahui tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan dari masing-masing atribut kualitas jasa pesan antar di S2 Pizza dan membandingkan kinerja perusahaan dengan kompetitor. *Quality Function Deployment* (QFD) adalah suatu metode terstruktur untuk merencanakan dan mengembangkan yang memungkinkan tim pengembangan untuk mengklasifikasikan keinginan dan kebutuhan konsumen serta mengevaluasi masing-masing kegunaan kemampuan produk atau jasa secara sistematis dalam memenuhi kebutuhan konsumen (Cohen, 1995). Fokus utama QFD adalah melibatkan pelanggan pada proses pengembangan produk sedini mungkin (Tutuhatunewa, 2010).

METODE PENELITIAN

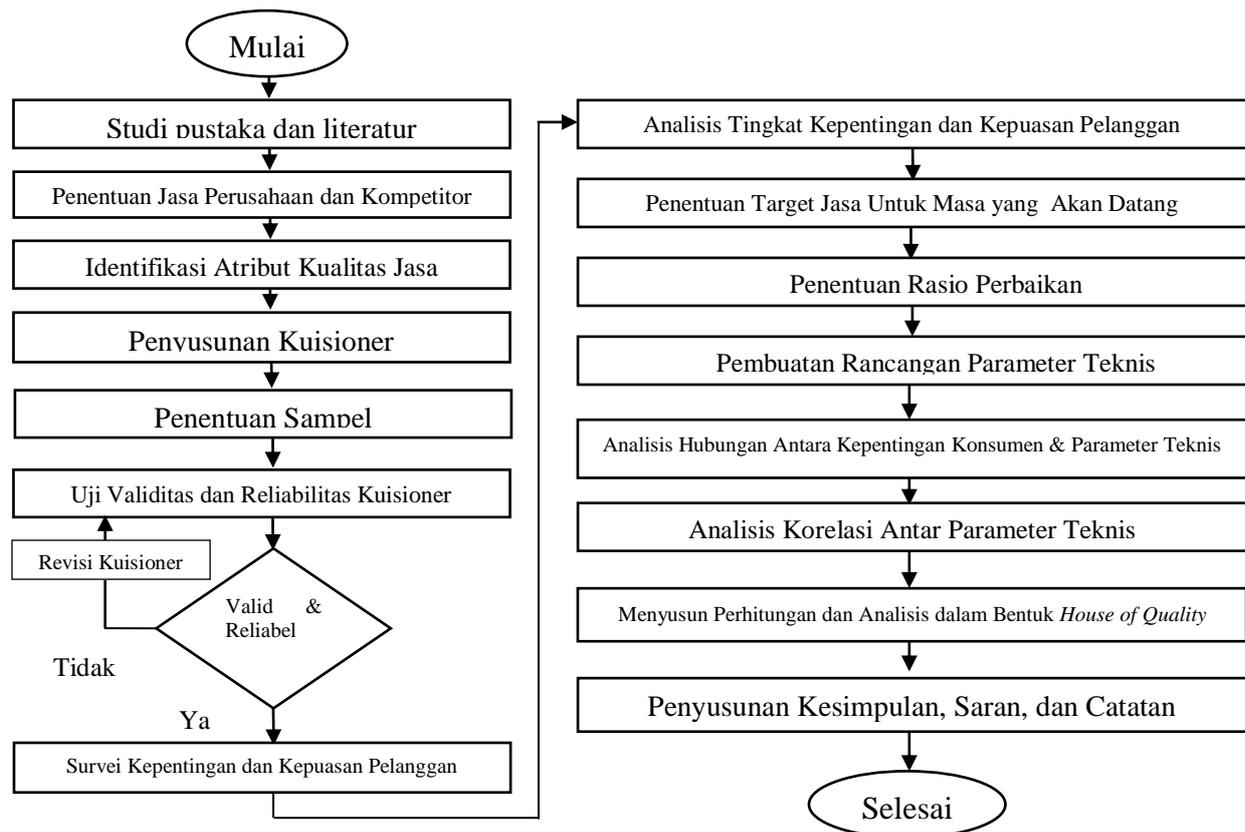
Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Restoran S2 Pizza yang bertempat di Jl. Gatot Subroto Timur No. 211 Bali, selama satu bulan yaitu pada bulan Maret 2015 hingga April 2015.

Tahapan Penelitian

Jasa yang dievaluasi adalah layanan pesan antar S2 Pizza dengan produk pizza. Metode diskusi dengan pihak manajemen S2 Pizza digunakan dalam menentukan jasa dan kompetitor yang dievaluasi. Identifikasi atribut kualitas jasa ditentukan berdasarkan dimensi

kualitas jasa, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles* (Parasuraman *et al.*, 1988). Pengambilan sampel dengan metode non probabilitas *purposive sample*, berdasarkan pertimbangan sampel (pelanggan) yang menggunakan jasa *delivery order*. Jumlah sampel sebanyak 57 pelanggan, populasi tidak diketahui ditentukan dengan pendekatan Isac Michel (Siregar, 2014). Uji validitas kuisisioner menggunakan uji validitas konstruk, dan uji reliabilitas kuisisioner menggunakan teknik *Alpha Cronbach* (Siregar, 2014). Uji validitas dan reliabilitas data dilakukan pada Domino’s Pizza dan Papa Ron’s Pizza. Atribut kepentingan pelanggan yang telah diidentifikasi ditentukan tingkat kepentingan dan kepuasannya menggunakan skala Likert 5 tingkat, yaitu : sangat tidak penting/puas (1), tidak penting/puas (2), biasa saja (3), penting/puas (4), sangat penting/puas (5). Dalam penyusunan *House of Quality* (HOQ) dilakukan penentuan kepentingan sebagai atribut dan perbaikan yang diprioritaskan yang selanjutnya akan menjadi target aktivitas pengembangan (Ham *et al.*, 2012). Matriks HOQ merupakan gabungan dari tingkat kepentingan pelanggan, tingkat kepuasan pelanggan, target jasa pesan antar, rasio perbaikan kualitas, matriks korelasi antara kepentingan pelanggan dan parameter teknis, dan matriks *trade off*. HOQ digunakan untuk menerjemahkan kebutuhan pelanggan, hasil riset pasar, dan *benchmarking* data ke sejumlah target prioritas (Suprihatini, 2009). Matriks HOQ disusun berdasarkan diskusi dengan pihak perusahaan. Diagram alir tahapan penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Atribut Kualitas Jasa

Berdasarkan hasil diskusi dengan pihak manajemen S2 Pizza dan studi literatur dari penelitian terdahulu, diperoleh 21 atribut kualitas jasa pesan antar (Tabel 1). Atribut ini digunakan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap suatu produk, dan seberapa jauh atribut tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Sangadji dan Sopiah, 2013).

Tabel 1. Atribut Kualitas Jasa Pesan Antar S2 Pizza

No.	Atribut	No.	Atribut
1	Kecepatan pelayanan dalam mengantar makanan	12	Jaminan pesanan yang diantar sesuai dengan yang dipesan
2	Keramahan pelayanan	13	Kemampuan penerima telepon dalam menjelaskan menu
3	Cita rasa makanan dan minuman	14	Diskon pembelian dalam jumlah besar
4	Kebersihan makanan dan minuman	15	Kesabaran dan kejelasan penerima telepon menanggapi pesanan pelanggan
5	Keadaan makanan dan minuman ketika sampai pada pelanggan sudah sesuai dengan yang dipesan (kualitas produk)	16	Kesungguhan dalam merespon permintaan
6	Kemudahan proses pembayaran	17	Pelayanan yang diberikan sama tanpa memandang status sosial
7	Respon keluhan pelanggan	18	Kebersihan kendaraan yang digunakan mengantar pesanan
8	Kemudahan menelepon nomor telepon S2 Pizza	19	Kondisi tempat meletakkan barang yang dipesan selama pengiriman (kebersihan)
9	Lama pesanan datang	20	Identitas nama restoran pada baju, jaket, dan kendaraan
10	Efektifitas penggunaan media online (blackberry messenger) dalam menerima dan menanggapi pesanan pelanggan	21	Penampilan pengantar (kebersihan dan kerapian)
11	Karyawan penerima telepon S2 Pizza memiliki pengetahuan tentang menu yang dipesan		

Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisisioner

Uji validitas kuisisioner kepentingan dan kepuasan pelanggan diperoleh bahwa, seluruh pertanyaan dinyatakan valid dengan taraf kepercayaan 95 % karena nilai r hitungnya lebih besar dari r tabel (0,374). Hasil uji reliabilitas kuisisioner kepentingan dan kepuasan pelanggan yang diperoleh juga menyatakan bahwa seluruh pertanyaan reliabel, karena koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,6 (0,950 > 0,6).

Analisis Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Pelanggan Jasa Pesan Antar

Nilai dan tingkat kepentingan serta kepuasan pelanggan jasa pesan antar S2 Pizza ditunjukkan pada Tabel 2. Nilai kepentingan dan kepuasan pelanggan ditentukan menggunakan skala likert 5. Nilai kepentingan pelanggan terhadap 21 atribut jasa pesan antar

lebih besar dari 4. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan sangat mementingkan seluruh atribut tersebut dalam menggunakan jasa pesan antar sebuah restoran. Tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan pesan antar S2 Pizza dicapai dengan kriteria biasa/netral hingga sangat puas (Tabel 2). Pada penilaian atribut kepuasan, kriteria biasa/netral dicapai sebanyak satu atribut, kriteria puas dicapai sebanyak 4 atribut, dan kriteria sangat puas sebanyak 16 atribut.

Tabel 2. Nilai dan Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Pelanggan Jasa Pesan Antar S2 Pizza

No.	Atribut	Kepentingan			Kepuasan		
		Nilai	Tingkat	Kriteria	Nilai	Tingkat	Kriteria
1	Kecepatan pelayanan dalam mengantarkan makanan	4,72	53,8	sangat penting	4,39	50,0	sangat puas
2	Keramahan pelayanan	4,77	54,4	sangat penting	4,47	51,0	sangat puas
3	Cita rasa makanan dan minuman	4,79	54,6	sangat penting	4,14	47,2	puas
4	Kebersihan makanan dan minuman	4,81	54,8	sangat penting	4,00	45,6	puas
5	Keadaan makanan dan minuman ketika sampai pada pelanggan sudah sesuai dengan yang dipesan	4,79	54,6	sangat penting	4,47	51,0	sangat puas
6	Kemudahan proses pembayaran	4,67	53,2	sangat penting	4,46	50,8	sangat puas
7	Respon keluhan pelanggan	4,56	52,0	sangat penting	3,32	37,8	biasa
8	Kemudahan menelepon nomor telepon S2 Pizza	4,68	53,4	sangat penting	4,11	46,8	puas
9	Lama pesanan datang	4,35	49,6	sangat penting	4,21	48,0	sangat puas
10	Efektifitas penggunaan media online (dalam menerima dan menanggapi pesanan pelanggan)	4,47	51,0	sangat penting	4,46	50,8	sangat puas
11	Karyawan penerima telepon S2 Pizza memiliki pengetahuan tentang menu yang dipesan	4,68	53,4	sangat penting	4,44	50,6	sangat puas
12	Jaminan pesanan yang diantar sesuai dengan yang dipesan	4,67	53,2	sangat penting	4,49	51,2	sangat puas
13	Kemampuan penerima telepon dalam menjelaskan menu	4,56	52,0	sangat penting	4,40	50,2	sangat puas
14	Diskon pembelian dalam jumlah besar	4,26	48,6	sangat penting	4,23	48,2	sangat puas
15	Kesabaran dan kejelasan penerima telepon menanggapi pesanan pelanggan	4,60	52,4	sangat penting	4,26	48,6	sangat puas
16	Kesungguhan dalam merespon permintaan	4,67	53,2	sangat penting	4,39	50,0	sangat puas
17	Pelayanan yang diberikan sama tanpa memandang status sosial	4,67	53,2	sangat penting	4,46	50,8	sangat puas
18	Kebersihan kendaraan yang digunakan mengantarkan pesanan	4,28	48,8	sangat penting	4,23	48,2	sangat puas
19	Kondisi tempat meletakkan barang yang dipesan selama pengiriman (kebersihan)	4,65	53,0	sangat penting	4,37	49,8	sangat puas
20	Identitas nama restoran pada baju, jaket, dan kendaraan	4,35	49,6	sangat penting	3,98	45,4	puas
21	Penampilan pengantar (kebersihan dan kerapian)	4,49	51,2	sangat penting	4,25	48,4	sangat puas

Target Jasa Pesan Antar

Nilai target akan menjadi acuan bagi S2 Pizza untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas produk. Perusahaan telah menetapkan bahwa nilai yang paling diharapkan untuk target jasa pesan antar adalah 5 (sangat puas). Perusahaan dapat menetapkan target tertinggi jika sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan memang mendukung untuk mencapai semua aspek dari kepuasan produk (Nasution, 2005).

Rasio Perbaikan Kualitas

Hasil perhitungan rasio perbaikan kualitas menunjukkan tingkat nilai rasio perbaikan tertinggi adalah respon keluhan pelanggan dengan nilai 1,52. Atribut ini menjadi prioritas utama perbaikan kualitas jasa S2 Pizza. Semakin besar nilai kepuasan pelanggan maka nilai rasio perbaikan semakin rendah. Atribut yang memiliki nilai rasio perbaikan yang paling tinggi harus segera mendapatkan penanganan dan menjadi prioritas utama. Hasil perhitungan rasio perbaikan jasa pesan antar S2 Pizza dapat dilihat pada matriks *House of Quality* (HOQ) (Gambar 2).

Rancangan Parameter Teknis

Parameter teknis merupakan wujud penterjemah dari keinginan atau kebutuhan pelanggan. Keinginan atau kebutuhan pelanggan tersebut diterjemahkan kedalam bahasa teknik yang dapat diukur untuk menentukan target yang akan dicapai dan untuk menentukan apakah akan dinaikkan atau diturunkan (Irawan dan Iqsan 2012). Hasil wawancara, diskusi, observasi dan studi literatur diperoleh rancangan parameter teknis sebagai berikut: (1) suplai bahan baku, (2) penyimpanan bahan baku, (3) preparasi bahan baku, (4) pelayanan pesan antar, (5) pemasakan, (6) pengantaran pesanan, (7) pembayaran, dan (8) setoran uang pembayaran.

Analisis Hubungan Antara Kepentingan Pelanggan dan Parameter Teknis

Analisis hubungan antara kepentingan pelanggan dan parameter teknis (matriks korelasi) bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh parameter teknis perusahaan terhadap atribut kepentingan pelanggan. Hasil analisis hubungan antar kepentingan pelanggan dengan parameter teknis menunjukkan bahwa parameter teknis “pengantaran pesanan” memiliki tingkat kepentingan tertinggi yaitu 743,0 dengan nilai relatif 27,1 dan yang terendah adalah parameter teknis “setoran uang pembayaran” dengan tingkat kepentingan 60,3 dengan nilai relatif 2,2.

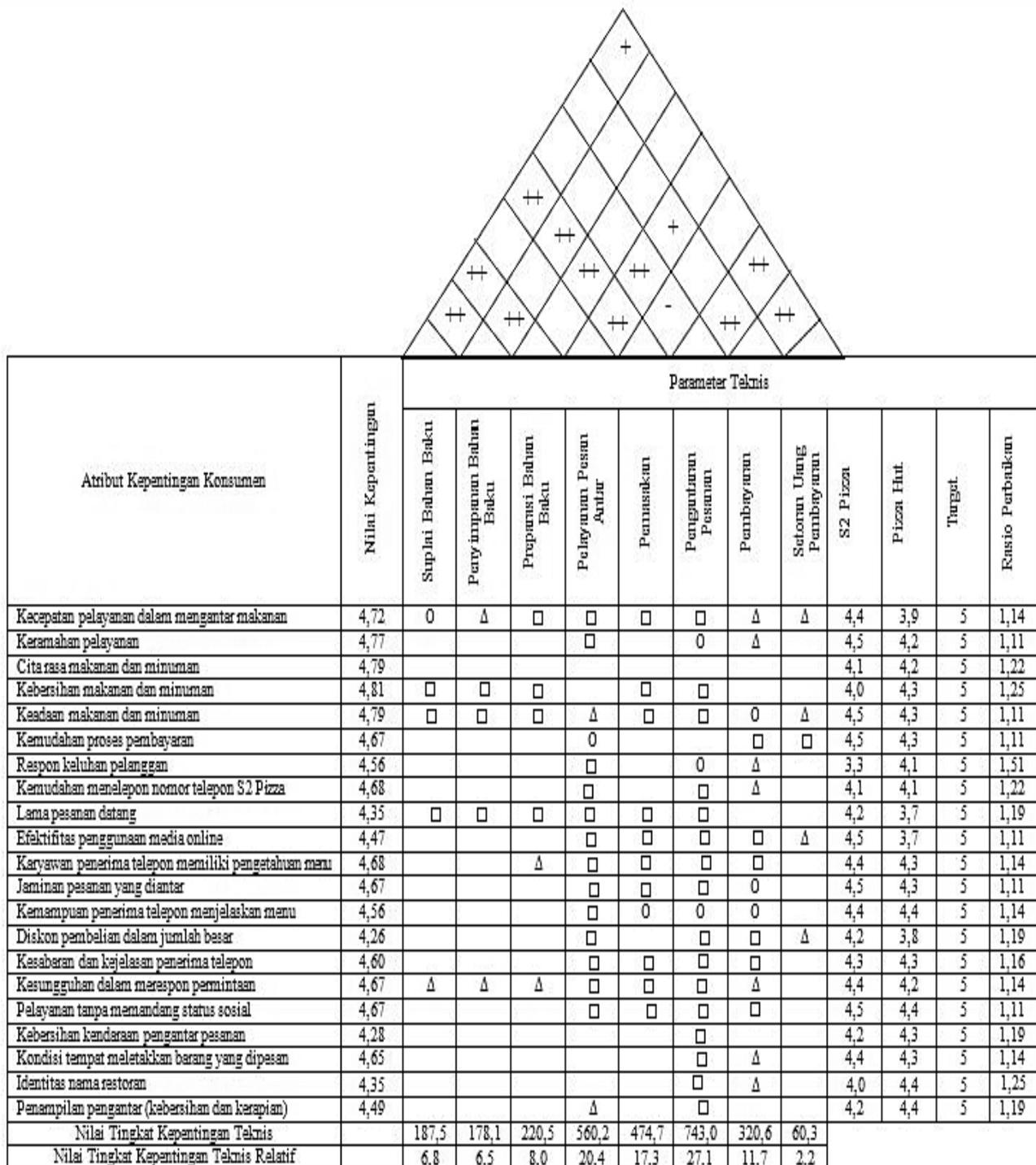
Analisis Korelasi Antar Parameter Teknis

Analisis korelasi antar parameter teknis (matriks *trade off*) merupakan hasil analisis korelasi antar parameter teknis, sehingga diketahui parameter mana yang saling berhubungan dan seberapa besar pengaruhnya satu dengan yang lainnya. Matriks *Trade Off* menunjukkan parameter teknis suplai bahan baku memiliki hubungan yang “kuat” dengan parameter penyimpanan bahan baku, preparasi bahan baku, dan pemasakan, memiliki hubungan “sedang” dengan parameter setoran uang pembayaran. Parameter teknis penyimpanan bahan baku memiliki hubungan “kuat” dengan parameter preparasi bahan baku dan pemasakan. Parameter teknis preparasi bahan baku memiliki hubungan “kuat” dengan parameter pemasakan. Parameter teknis pelayanan pesan antar memiliki hubungan “kuat” dengan parameter pemasakan, pengantaran pesanan, dan memiliki hubungan “sedang” dengan parameter pembayaran. Parameter teknis pemasakan memiliki hubungan “lemah” dengan parameter pengantaran pesanan. Parameter teknis pengantaran pesanan memiliki hubungan “kuat” dengan parameter pembayaran, dan hubungan “sedang” dengan parameter setoran uang pembayaran. Parameter teknis pembayaran memiliki hubungan “kuat” dengan parameter setoran uang pembayaran. Korelasi antar parameter teknis dapat dilihat dalam matriks HOQ pada Gambar 2.

Perhitungan dan Analisis Bentuk *House of Quality* (HOQ)

Penerapan *Quality Function Deployment* (QFD) dilakukan dengan menyusun satu atau lebih matriks yang disebut dengan *House of Quality* (HOQ). HOQ disusun dari gabungan tingkat kepentingan pelanggan, tingkat kepuasan pelanggan dan target perusahaan, parameter teknis, matriks interaksi, matriks *trade off*, nilai tingkat kepentingan teknis dan nilai tingkat kepentingan teknis relatif. S2 Pizza perlu memberikan perhatian khusus pada atribut respon keluhan pelanggan, identitas nama restoran pada baju, jaket, dan kendaraan, serta atribut penampilan pengantar (kebersihan dan kerapian) karena kinerja atribut ini dinilai lebih rendah dibandingkan kompetitornya. *House of Quality* menunjukkan bahwa atribut yang memiliki nilai kepentingan pelanggan tertinggi terhadap pesan antar S2 Pizza adalah kebersihan makanan dan minuman (4,81). Nilai tingkat kepentingan teknis tertinggi adalah parameter teknis “pengantaran pesanan” dengan nilai sebesar 743,0 dan yang terkecil adalah parameter teknis “setoran uang pembayaran”. dengan nilai sebesar 60,3. Hal ini menunjukkan bahwa parameter teknis “pengantaran pesanan” merupakan parameter teknis yang diprioritaskan dalam memenuhi keinginan dan harapan pelanggan. Parameter teknis ini memiliki tingkat kepentingan relatif tinggi terhadap pencapaian kualitas jasa pesan antar

restoran. Prioritas atribut yang perlu diperbaiki dimulai dari atribut respon keluhan pelanggan dengan nilai rasio perbaikan tertinggi (1,52).



Gambar 2. Matriks House of Quality Delivery Order S2 Pizza

Keterangan :

Simbol □ : hubungan kuat dengan nilai 9, simbol ○ : hubungan sedang dengan nilai 3, dan simbol Δ : hubungan lemah dengan nilai 1.

Simbol hubungan ++ ; kuat, + ; sedang, - ;lemah

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

1. Atribut kualitas jasa pesan antar yang dipentingkan pelanggan S2 Pizza ada sebanyak 21 atribut berdasarkan dimensi kualitas jasa, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles*.
2. Kriteria tingkat kepentingan pelanggan terhadap atribut jasa pesan antar S2 Pizza adalah sangat penting (lebih besar dari 4). Tingkat kepentingan konsumen terbesar pada atribut kebersihan makanan dan minuman (54,8) dan terkecil pada atribut diskon pembelian dalam jumlah besar (48,6).
3. Tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan pesan antar S2 Pizza dicapai dengan kriteria biasa/netral hingga sangat puas. Kriteria biasa/netral dicapai sebanyak satu atribut, kriteria puas dicapai sebanyak 4 atribut, dan kriteria sangat puas sebanyak 16 atribut.

SARAN

1. S2 Pizza perlu meningkatkan kualitasnya terutama dalam hal merespon keluhan pelanggan, dalam artian bahwa tidak hanya menampung saran konsumen tetapi juga merealisasikannya. Melakukan perubahan atau perbaikan kualitas sesuai keluhan pelanggan.
2. Mempertahankan kinerja yang sudah baik. Membuat inovasi menu-menu yang baru dan lebih menarik. Memperbanyak karyawan terutama kurir pengantar pesanan *delivery order*.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2014. Banyaknya Restoran dan Rumah Makan Dirinci Menurut Kabupaten/Kota di Bali Tahun 2009-2013. Badan Pusat Statistik, Bali.
- Cohen, L. 1995. *Quality Function Deployment : How to Make QFD Work for You*. Engineering Process Improvement Series, Addison Wesley Publishing Company, Massachusetts.
- Ham, S., Park, S.H., dan Lee, M.A. (2012). How to Improve the Promotion of Korean Beef Barbecue, Bulgogi for International Customers. An Application of Quality Function Deployment. *Appetite*, 59 (2) : 324–332.
- Irawan, A. dan Iqsan, M.N. 2012. Analisa Kualitas Pelayanan Rumah Makan Mahkota dengan Penerapan Metode Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Ilmiah dan Teknologi*, 8 (20) : 34-55.
- Suprihatini, R. 2009. Application of Quality Function Deployment in Orthodox Black Tea Industry in Indonesia. *Indonesian Journal Agriculture*, 2 (1) : 28-34.
- Nasution, M. N. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management) Edisi kedua*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Parasuraman, A, V.A. Zeithaml and L. Berry. 1988. SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Reatiling*, 1 (64) : 12-40.
- Sangadji, E.M. dan Sopiiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Andi Yogyakarta, Yogyakarta.
- Siregar, S. 2014. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Tutuhatunewa, A. 2010. Aplikasi Metode Quality Function Deployment dalam Pengembangan Produk Air Minum Kemasan. *ARIKA*, 04(1) : 12-19.