

---

**Strategi Peningkatan Pelayanan Departemen *Fresh Food* Tiara Dewata Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* (QFD)**

***Tiara Dewata Fresh Food Department Service Improvement Strategy Using Quality Function Deployment (QFD) Method***

**Luh Tissa Meiya Lesa Candigo, Amna Hartiati\*, Dewa Ayu Anom Yuarini**

*Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana, Kampus Bukit Jimbaran, Badung, Kode pos: 80361; Telp/Fax: (0361) 701801.*

\*Email: amnahartiati@unud.ac.id

---

**Abstract**

Customer complaints indicate that there are still deficiencies in the service of the Tiara Dewata *fresh food* department. This can be used as a reference for the FF Tiara Dewata department to analyze customer needs to maintain customer trust. This study aims to help analyze customer needs and desires and find out the right strategy to improve the service of Tiara Dewata's *fresh food* department. The research was conducted through a survey of 100 customers and interviews with Tiara Dewata, Denpasar. Based on the QFD analysis, there are 11 attributes of customer interest and 14 technical parameters of the FF department's service. The analysis shows that the company can still improve its service through the highest improvement ratio between the company's target and customer satisfaction, namely the attribute of completeness of product price tags and employee understanding of the product with a value of 1.39. In addition, the company can improve the performance of the highest technical parameter, namely the response to complaints from customers with a value of 419.25 so that through this increase, it is hoped that the fulfillment of customer satisfaction targets can be achieved.

**Keywords:** *Customer, QFD, satisfaction, service, supermarket.*

**Abstrak**

Keluhan pelanggan menunjukkan masih terdapat kekurangan dalam pelayanan departemen *fresh food* Tiara Dewata. Hal tersebut dapat dijadikan acuan departemen FF Tiara Dewata untuk menganalisis kebutuhan pelanggan guna menjaga kepercayaan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk membantu menganalisis kebutuhan dan keinginan pelanggan serta mengetahui strategi tepat untuk peningkatan pelayanan departemen *fresh food* Tiara Dewata. Penelitian dilakukan melalui survei kepada 100 orang pelanggan serta wawancara dengan pihak Tiara Dewata, Denpasar. Berdasarkan analisis QFD terdapat 11 atribut kepentingan pelanggan dan 14 parameter teknis pelayanan departemen FF. Hasil analisis menunjukkan perusahaan masih dapat melakukan peningkatan pelayanan melalui rasio perbaikan tertinggi antara target perusahaan dan kepuasan pelanggan yaitu pada atribut kelengkapan label harga produk dan pemahaman karyawan terhadap produk dengan nilai 1,39. Selain itu, perusahaan dapat meningkatkan kinerja parameter teknis tertinggi yaitu responsi keluhan terhadap pelanggan dengan nilai 419,25 sehingga melalui peningkatan tersebut diharapkan pemenuhan target kepuasan pelanggan dapat dicapai.

**Kata kunci:** *Kepuasan pelanggan, pelanggan, pelayanan, QFD, swalayan*

---

**PENDAHULUAN**

Tiara Dewata merupakan salah satu pelopor swalayan di Bali khususnya di Denpasar, yang didirikan sejak 17 Juni 1985. Salah satu departemen

yang menjadi *front liner* Tiara Dewata yaitu departemen *fresh food* dikarenakan menyediakan kebutuhan sehari-hari masyarakat. Sebagai perusahaan retail Tiara Dewata memiliki visi dan

misi untuk menyediakan segala kebutuhan dan memuaskan pelanggan dengan pelayanan terbaik yang selalu harus diingat, dihayati, dikaji dan direalisasikan oleh segenap karyawan (Lianingsih, 2019). Namun, berdasarkan observasi dan validasi dari pihak perusahaan, dalam sebulan tercatat rata-rata 15 respon keluhan pada pelayanan swalayan Tiara Dewata. Berdasarkan wawancara, disebutkan bahwa terdapat beberapa hal yang menjadi respon keluhan pelanggan meliputi pelayanan karyawan, kebersihan dan terkait informasi produk. Respon pelanggan merupakan suatu hal yang akan berpengaruh terhadap reputasi perusahaan (Taylor, 2019). Respon pelanggan tersebut dapat berupa negative word of-mouth atau ujaran kebencian, hal tersebut dapat menjadi pemicu beralihnya pelanggan pada kompetitor (Bakhtiar *et al.*, 2017). Pihak swalayan dapat menjadikan hal tersebut sebagai acuan dalam mengoptimalkan pelayanan guna memenuhi kepentingan pelanggan menurut Tjiptono (2004) dalam Hismuddin *et al.*, 2020). Berdasarkan hal tersebut perlu dilakukan kajian terkait kepentingan dan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan perusahaan sehingga diharapkan dapat dilakukan peningkatan pelayanan perusahaan yang sesuai antara kebutuhan pelanggan dan standar yang disetujui perusahaan.

Beberapa metode yang dapat digunakan dalam analisis kebutuhan pelanggan meliputi IPA (*Importance Performance Analysis*) (Martilla and James, 1977), CSI (*Consumer Satisfaction Index*) (Harahap, 2021), analisis SWOT (Humphrey, 2005) serta QFD (*Quality Function Deployment*) (Cohen, 1985). Metode IPA, CSI dan SWOT merupakan metode yang berfokus pada pelanggan dan rekomendasi terhadap perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, namun tidak disebutkan upaya perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan seperti metode QFD. Metode QFD merupakan metode perencanaan dan pengembangan produk atau layanan yang dievaluasi secara terstruktur sehingga perusahaan dapat menyesuaikan kemampuan secara spesifik kebutuhan dan keinginan pelanggan (Cohen, 1985). Metode QFD digunakan dalam penelitian ini karena metode QFD merupakan metode peningkatan pelayanan dengan perencanaan produk atau jasa yang diterapkan disesuaikan dengan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan (Siregar dan Adhinata, 2017).

Beberapa penelitian QFD yang telah diterapkan pada swalayan yaitu oleh Yulianti dan Iwan (2014) serta Ramadhan (2016), dari penelitian tersebut dihasilkan prioritas perbaikan atribut pelayanan berdasarkan respon pelanggan serta kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut. Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa metode QFD (*Quality Function Deployment*)

dapat digunakan untuk mengetahui kebutuhan pelanggan serta kemampuan Tiara Dewata dalam memuaskan kebutuhan pelanggan, sehingga loyalitas pelanggan dapat terjaga.

## METODE

### Waktu dan Tempat

Penelitian ini akan dilaksanakan di Tiara Dewata, Denpasar sejak April 2022 - Mei 2022 dan pada Laboratorium Teknik dan Manajemen Industri, Gedung Agrokomples Lantai III, Kampus Sudirman Universitas Udayana, Kota Denpasar, Provinsi Bali.

### Identifikasi atribut kepentingan pelanggan

Atribut kepentingan pelanggan diidentifikasi berdasarkan studi literatur terkait penelitian sejenis dari 5 dimensi pelayanan yaitu, Tangibles (Area swalayan bersih dan nyaman, pencahayaan swalayan baik, fasilitas swalayan modern, label harga produk lengkap dan sesuai, tata letak swalayan mempermudah pelanggan dalam berbelanja), Reliability (pemahaman karyawan tinggi terhadap produk yang tersedia, harga pada label sesuai dengan pada nota pembayaran), Responsiveness (Karyawan kompak dalam merespon pelanggan sesuai dengan SOP perusahaan), Assurance (Karyawan sopan dalam memberikan arahan pelayanan), dan Empathy (Karyawan memahami kebutuhan pelanggan, karyawan ramah terhadap pelanggan).

### Penyusunan kuesioner

Kuesioner disusun berdasarkan atribut yang telah diidentifikasi, kemudian masing-masing pertanyaan berisi jawaban terkait kepentingan dan kepuasan dengan urutan nilai skala Likert (1-5). Urutan jawaban dimulai dari tidak penting (1) hingga sangat penting (5) dan tidak puas (1) hingga sangat puas (5).

### Uji Instrumen

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden pada lokasi penelitian sejenis yaitu Populer, Denpasar. Uji validitas dilakukan dengan uji-t dengan acuan, jika nilai t-hitung lebih dari t-tabel maka atribut dianggap valid (Hidayat, 2012) dan uji reliabilitas dilakukan dengan metode cronbach alpha (Triana dan Widyarto, 2013) dengan acuan, jika nilai koefisien reliabilitas atribut melebihi 0,7 maka dianggap reliabel (Agustian *et al.*, 2019). Kuesioner yang telah valid dan reliabel akan digunakan pada penelitian dengan disebarkan kepada 100 pelanggan Tiara Dewata, melalui media sosial secara daring dan secara langsung. Perolehan respon pelanggan kemudian diekstrak lalu dianalisis terkait kepentingan dan kepuasan pelanggan terhadap

pelayanan departemen FF Tiara Dewata, Grandlucky dan Hypermart.

### **Analisis QFD**

Analisis QFD dilakukan dengan 3 tahapan sebagai berikut (Cohen,1995):

- a. Fase pertama mengumpulkan suara pelanggan dengan mengacu pada studi literatur, observasi dan validasi dari pihak perusahaan terkait kebutuhan dan tingkat kepuasan terhadap kebutuhan tersebut.
- b. Fase kedua menyusun rumah kualitas atau *House of Quality* (HOQ) dengan menentukan isi dari masing-masing bagian meliputi matriks kepentingan pelanggan, matriks perencanaan, matriks korelasi hubungan, matriks parameter teknis, bobot nilai dan total bobot.
- c. Fase ketiga hasil interpretasi merupakan perencanaan strategi yang mengacu pada Matriks HOQ dan studi literatur terhadap penelitian sejenis.

### **Kriteria dan Metode Pemilihan Responden**

Pemilihan responden dilakukan dengan metode purposive sampling dengan kriteria responden yaitu minimal berusia 17-60 tahun dan pernah berbelanja minimal 2 kali di departemen FF Tiara Dewata, Grandlucky dan Hypermart. Kriteria pemilihan responden didasari pada usia produktif serta kemampuan kognitif seseorang yang responsif dalam memberikan informasi (Adinda *et al.*, 2021; BPS, 2020; Nainggolan *et al.*, 2021). Selain itu, frekuensi berbelanja ditetapkan setidaknya 2 kali pada departemen FF, Grandlucky dan Hypermart. Menurut Kotler dan Keller (2012) pembelian lebih dari 1 kali menunjukkan bahwa terdapat kepercayaan terhadap suatu produk atau jasa yang dipilih. Jumlah responden yang ditetapkan pada penelitian ini yaitu 100 orang yang diperoleh berdasarkan rumus Slovin. Penyebaran kuesioner yang telah valid dan reliabel dilakukan melalui sosial media maupun secara langsung.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Identifikasi Atribut**

Atribut kepentingan pelanggan diidentifikasi berdasarkan studi literatur, perolehan kuesioner pelanggan dan validasi pihak departemen FF meliputi 11 atribut yaitu kebersihan (X1), pencahayaan (X2), penerapan teknologi modern (X3), kelengkapan label harga produk (X4), tata letak produk (X5), pemahaman karyawan terhadap produk (X6), kesesuaian harga dengan nota pembelian (X7), menanggapi keluhan pelanggan (X8), kesopanan (X9), pemahaman karyawan terhadap kebutuhan pelanggan (X10), dan keramahan (X11).

### **Uji Instrumen**

Hasil uji validitas terhadap 31 responden menunjukkan perolehan nilai 11 atribut berada pada rentang nilai t-hitung 4,179 hingga 9,487 dengan t-tabel sebesar 1,812. Hal tersebut menunjukkan 11 atribut telah valid karena t-hitung telah melebihi nilai t-tabel dan layak disebarkan ke responden. Atribut yang telah valid juga telah reliabel dengan rentang hasil 1,071 hingga 1,089. Perolehan tersebut telah sesuai dengan standar nilai koefisien reliabilitas yang dimulai dari  $0,600 \geq 1,000$  (Triana dan Widyarto, 2013). Pengisian kuesioner yang telah valid dan reliabel didominasi oleh pelanggan departemen FF Tiara Dewata yang berusia 20-25 tahun dengan frekuensi belanja setidaknya 2 kali dalam 1 bulan. Berdasarkan hasil survei tertinggi sebanyak 45% pelanggan merupakan pekerja, 38% mahasiswa, 17% lain-lain. Menurut penelitian Kaisupy *et al.*, (2020) pekerja cenderung memilih swalayan dengan pertimbangan penataan produk yang sesuai jenis, kebersihan, kenyamanan juga menjadi faktor keputusan pembelian di swalayan oleh pelanggan meskipun terjadi perbedaan harga dengan pasar tradisional. Hal tersebut didukung oleh Sudaryana (2011) terkait perilaku pelanggan dalam berbelanja bahwa pada penelitiannya pelanggan yang merupakan pekerja lebih memilih swalayan dikarenakan kelengkapan produk yang dijual.

### **Analisis QFD**

Analisis QFD dilakukan dengan mengisi matriks penyusun HOQ meliputi matriks kebutuhan dan keinginan pelanggan, matriks perencanaan, matriks persyaratan teknis, matriks kekuatan hubungan, matriks korelasi atribut dan parameter teknis, matriks korelasi antar parameter teknis, serta penyusunan rekomendasi strategi berdasarkan matriks HOQ (Cohen, 1995).

### **Matriks kebutuhan dan keinginan pelanggan**

Perolehan nilai kepentingan terhadap kepentingan atribut oleh pelanggan departemen *fresh food* lebih besar dari 4. Hal tersebut menunjukkan, bahwa pelanggan sangat mementingkan ke sebelas atribut tersebut dalam pelayanan. Perolehan nilai kepentingan tertinggi oleh atribut kesesuaian harga dengan nota pembelian (X7) sebesar 9,59%, ini menunjukkan bahwa atribut tersebut merupakan keinginan tertinggi dari pelanggan yang harus dipenuhi oleh perusahaan. Pada penelitian Apriyadillah (2018) terhadap pengaruh kesesuaian harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dengan perbandingan t hitung  $(3,925) > t$  tabel  $(1,6652)$ , hal tersebut berarti kesesuaian harga sangat berpengaruh bagi keputusan pembelian.

### **Matriks perencanaan**

Pada Gambar 1. nilai rata-rata kompetitor I sebesar 4,1 dan kompetitor II sebesar 3,9. Pada perolehan nilai departemen FF Tiara Dewata mendapat nilai 3,7 dari pelanggan. Perolehan nilai tersebut menunjukkan pelanggan lebih puas terhadap pelayanan departemen FF kompetitor I dan II dibandingkan pelayanan departemen FF Tiara Dewata, sehingga dapat digunakan sebagai saran oleh perusahaan dalam upaya perbaikan. Berdasarkan Gambar 1. tingkat kepuasan pelanggan departemen FF Tiara Dewata belum memenuhi target perusahaan. Target perusahaan ditetapkan berdasarkan keinginan perusahaan dalam mengoptimalkan pelayanan terhadap pelanggan. Berdasarkan brainstorming dengan pihak perusahaan, target pelayanan ditetapkan pada skala tertinggi yaitu 5. Skala tertinggi tersebut menjadi acuan dalam perbandingan harapan oleh perusahaan dan kenyataan yang didapatkan pelanggan dalam pelayanan departemen FF Tiara Dewata. Berdasarkan perbandingan antara target perusahaan dan tingkat kepuasan pelanggan maka diperoleh rasio perbaikan yang dapat dijadikan acuan dalam perbaikan atribut pelayanan. Atribut dengan prioritas perbaikan tertinggi diperoleh kelengkapan label harga produk dan pemahaman karyawan terhadap produk pada departemen FF. Perolehan data dapat dilihat pada Gambar 1.

### **Matriks persyaratan teknis**

Identifikasi parameter teknis dilaksanakan dengan wawancara dan *brainstorming* terhadap pihak Tiara Dewata, Denpasar serta observasi langsung ke departemen FF. Hasil identifikasi parameter teknis diperoleh 14 parameter pelayanan departemen *fresh food* Tiara Dewata, meliputi pembagian kerja, penyiapan fasilitas *display*, penerimaan barang di gudang FF, penyimpanan di gudang FF, pengiriman ke *display*, sortasi ke-3, musnah produk, pembersihan *display*, penataan produk, pemeriksaan kuantitas, pemesanan ke gudang FF, responsi keluhan, penyimpanan sementara, dan penutupan.

### **Matriks kekuatan hubungan**

Matriks kekuatan hubungan menunjukkan intensitas pengaruh parameter teknis perusahaan terhadap atribut kepentingan pelanggan. Hasil hubungan parameter teknis dan atribut kepentingan diperoleh berdasarkan brainstorming dengan pihak perusahaan, dimana ditunjukkan dengan lambang pada Gambar 1.

### **Matriks korelasi antar parameter teknis**

Persyaratan teknis merupakan upaya perusahaan dalam memenuhi kepentingan pelanggan dengan mengacu pada kemampuan perusahaan yang akan

berbentuk atap pada matriks HOQ. Perolehan data korelasi antar parameter teknis didapat dari brainstorming dengan pihak departemen FF Tiara Dewata dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan, hasil korelasi parameter teknis dapat dilihat pada Gambar 1.

### **Rekomendasi strategi dan Matriks HOQ**

Berdasarkan matriks HOQ pada Gambar 1. diketahui atribut kepentingan pelanggan Tiara Dewata terhadap pelayanan departemen FF tertinggi yaitu kesesuaian harga dengan nota pembelian dengan nilai 4,88 dari skala 5. Menurut penelitian Sudaryana (2011) tentang perilaku pelanggan dalam berbelanja, selain pelayanan, keanekaragaman produk, terkait harga juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di swalayan. Hal tersebut juga serupa dengan penelitian Khairi (2017) yang menunjukkan bahwa variabel kesesuaian harga berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan saat berbelanja.

Berdasarkan tingkat kepentingan pada Gambar 1. perlu dilakukan analisis atribut kepentingan dengan parameter teknis perusahaan untuk mengetahui peningkatan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan departemen FF, Tiara Dewata. Hasil analisis, rata-rata tingkat kepuasan berdasarkan atribut kepentingan tersebut pelayanan departemen FF Tiara Dewata yaitu sebesar (3,71) sedangkan pada Grandlucky I sebesar (4,14) dan Hypermart II (3,92). Atribut pelayanan dengan nilai kepuasan terendah terdapat pada pemahaman karyawan terhadap produk (X6) dengan perolehan nilai 3,59 sedangkan pada Grandlucky sebesar 4,05 dan Hypermart 3,85. Menurut Charlis *et al.*, (2015) pada penelitiannya indikator pengetahuan produk menjadi salah satu faktor kepercayaan pelanggan saat berbelanja. Pengetahuan produk oleh karyawan akan berpengaruh signifikan bagi pelanggan dalam pengumpulan informasi, sehingga akan mempengaruhi perilaku pelanggan dalam keputusan pembelian (Rajaguguk *et al.*, 2021). Perolehan data oleh Tiara Dewata menunjukkan bahwa pelayanan departemen FF Tiara Dewata telah memenuhi kebutuhan pelanggan, namun perusahaan masih dapat mengoptimalkan pelayanan agar dapat bersaing dengan kompetitor. Analisis terhadap tingkat kepuasan tersebut menunjukkan bahwa urutan rasio perbaikan terhadap atribut pelayanan perusahaan dimulai dari rasio tertinggi yaitu pemahaman karyawan terhadap produk dan kelengkapan label harga produk dengan rasio sebesar 1,39. Menurut Subagyo (2000) nilai rasio perbandingan optimal antara target dan kepuasan pelanggan berada pada nilai 1. Perolehan tertinggi pada kelengkapan label harga produk menunjukkan bahwa departemen FF Tiara Dewata telah memenuhi

kebutuhan pelanggan, namun perusahaan masih dapat dioptimalkan. Menurut Purwantoro (2019) pada penelitiannya perilaku pelanggan saat berbelanja dipengaruhi oleh tata letak, informasi produk yang mencakup label harga dan jaminan produk, hal tersebut akan memudahkan pelanggan saat berbelanja. Selain itu, pada penelitian Fristiana (2012) variabel harga menempati posisi tertinggi dalam keputusan pembelian sehingga perlu kelengkapan label harga diperlukan untuk membantu pelanggan saat berbelanja.

Berdasarkan hasil tersebut, perusahaan masih dapat melakukan perbaikan melalui nilai bobot tertinggi yaitu parameter responsi keluhan sebesar 419,25 atau sebesar 15,47%. Perolehan nilai tertinggi menunjukkan bahwa parameter tersebut paling berpengaruh terhadap atribut keinginan pelanggan. Hasil penelitian Ananda (2020) disebutkan pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap frekuensi pembelian pelanggan di swalayan. Hal

tersebut juga sejalan dengan penelitian Kantohe dan Karuntu (2014), bahwa pelayanan berpengaruh simultan pada keputusan pembelian oleh pelanggan swalayan. Namun, pada penelitian Lianardi dan Chandra (2019) variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melainkan cenderung berpengaruh dari variabel kelengkapan produk pada swalayan Juni di Pekanbaru. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan pada masing-masing swalayan memiliki kepentingan yang berbeda. Perolehan nilai bobot menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai yang dihasilkan oleh parameter teknis maka semakin besar kontribusinya terhadap atribut kepentingan pelanggan (Yuarini *et al.*, 2015). Berdasarkan perolehan data tersebut terdapat rekomendasi perbaikan yang disusun berdasarkan hasil brainstorming dengan manajer operasional serta supervisor departemen *fresh food* Tiara Dewata meliputi hasil pada Tabel 1.

Tabel 1. Rekomendasi strategi

No	Parameter Teknis	Skala (%)	Rekomendasi perbaikan
1	Responsi keluhan	15,47	Melakukan evaluasi terhadap tata cara merespon pelanggan pada setiap karyawan, serta melakukan pemerataan pembagian kerja.
2	Penyiapan fasilitas	9,31	Melakukan pemerataan pembagian kerja agar fasilitas tersedia dengan kondisi optimal
3	Penataan produk	9,24	Mengoptimalkan penerapan metode FIFO pada penataan produk, agar penataan dapat disesuaikan dengan ketersediaan stok dan perilaku pelanggan yang dinamis
4	Pemeriksaan kuantitas	7,60	Melakukan kalibrasi timbangan, meningkatkan ketelitian dalam pengecekan dengan cara melakukan <i>cross check</i> ganda
5	Pembagian kerja	6,70	Mengoptimalkan pembagian kerja dengan mengevaluasi harian dan melakukan pemerataan pembagian kerja
6	Penyimpanan sementara	6,62	Melakukan evaluasi penerapan suhu pada <i>display</i> , hal tersebut didasari pada perbedaan suhu saat siang dan malam hari. Selain itu, hal tersebut dilakukan dalam upaya mengoptimalkan biaya penanganan produk di <i>fresh food</i> .
7	Pembersihan <i>display</i>	5,86	Melakukan pembersihan <i>display</i> setelah sortasi dan melakukan pemeriksaan rutin terhadap kebersihan <i>display</i>
8	Musnah produk	5,78	Meningkatkan wawasan terhadap produk-produk yang tersedia pada departemen FF
9	Pengiriman ke <i>display</i> FF	4,13	Mengoptimalkan pembagian kerja dengan melakukan pemerataan pembagian kerja saat evaluasi harian

PARAMETER TEKNIS		Nilai Keunggulan	PARAMETER TEKNIS													Tara Dunia	Kompetitor I	Kompetitor II	Target	Rasio Perbaikan		
			Perbaikan Kaji	Perbaikan Indis	Perbaikan Barang di Gudang PP	Perbaikan di gudang PP	Perbaikan ke luar PP	Setra ke 1	Kurasi produk	Perbaikan injar	Perbaikan produk	Perbaikan aurukta	Perbaikan ke gudang PP	Perbaikan aduan	Perbaikan sensora						Perbaikan	
ATRIBUT KEPENTINGAN			PARAMETER TEKNIS																			
X7	Kesesuaian harga dengan nota pembelian	4,88	□	■	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	■	-	-	3,93	4,15	3,95	5	1,27
X4	Kelengkapan label harga produk	4,79	□	■	-	-	-	-	-	-	■	□	-	■	-	-	-	3,6	4,14	3,99	5	1,39
X9	Kesopanan	4,79	▲	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	■	-	■	-	3,76	4,13	3,93	5	1,33
X1	Kehersihan	4,78	□	□	-	-	-	■	□	■	□	▲	-	■	□	□	-	3,74	4,38	4,11	5	1,34
X11	Keramahan	4,78	▲	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	■	-	■	-	3,74	4,15	3,92	5	1,34
X6	Pemahaman karyawan terhadap produk	4,67	□	-	■	□	□	■	□	-	■	■	■	■	■	-	-	3,59	4,05	3,85	5	1,39
X8	Menanggapi keluhan pelanggan	4,63	-	-	□	□	□	□	□	□	□	□	■	-	-	-	-	3,66	3,88	3,79	5	1,37
X2	Pencapaian	4,56	□	□	-	-	-	-	-	□	-	-	-	-	-	□	-	3,71	4,37	4,06	5	1,35
X5	Tata letak produk	4,51	■	■	□	□	□	■	□	□	■	□	■	□	■	-	-	3,77	4,06	3,74	5	1,33
X3	Penerapan teknologi modern	4,28	▲	■	□	■	■	□	■	□	■	■	■	□	■	-	-	3,64	4,25	3,92	5	1,37
X10	Pemahaman karyawan terhadap kebutuhan pelanggan	4,21	▲	□	□	□	-	□	□	□	□	■	■	□	-	-	-	3,68	4	3,88	5	1,36
<b>TOTAL</b>			<b>181,56</b>	<b>252,35</b>	<b>134,85</b>	<b>132,9</b>	<b>111,85</b>	<b>205,2</b>	<b>156,8</b>	<b>158,75</b>	<b>250,6</b>	<b>206,03</b>	<b>178,8</b>	<b>419,25</b>	<b>179,55</b>	<b>142,4</b>	<b>2710,89</b>					
<b>BOBOT</b>			<b>7%</b>	<b>9%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>4%</b>	<b>8%</b>	<b>6%</b>	<b>6%</b>	<b>9%</b>	<b>8%</b>	<b>7%</b>	<b>15%</b>	<b>7%</b>	<b>5%</b>	<b>100%</b>					

Gambar 1. Matriks HOQ

## KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan data yang diperoleh dari penelitian ini terdapat 3 kesimpulan yaitu:

Hasil dari analisis QFD pada departemen FF Tiara Dewata yaitu, terdapat 11 atribut yang menjadi keinginan pelanggan meliputi kebersihan, pencahayaan, penerapan teknologi modern, kelengkapan harga produk, tata letak produk, pemahaman karyawan terhadap produk, kesesuaian harga dengan nota pembelian, menanggapi keluhan pelanggan, kesopanan, pemahaman karyawan terhadap kebutuhan pelanggan, dan keramahan. Perolehan data dari perusahaan disebutkan terdapat 14 parameter teknis pelayanan departemen FF Tiara Dewata meliputi pembagian kerja, penyiapan fasilitas *display*, penerimaan barang di gudang FF, penyimpanan di gudang FF, pengiriman ke *display*, sortasi ke-3, musnah produk, pembersihan *display*, penataan produk, pemeriksaan kuantitas, pemesanan ke gudang FF, responsi keluhan, penyimpanan sementara, dan penutupan. Strategi yang dapat direkomendasikan dalam meningkatkan pelayanan departemen *fresh food* meliputi evaluasi terhadap parameter teknis khususnya responsi keluhan pelanggan. Perbaikan parameter tersebut akan menunjang atribut pelayanan departemen FF Tiara Dewata sehingga pelayanan dapat dilakukan secara optimal.

## SARAN

Departemen *fresh food* Tiara Dewata perlu mengevaluasi parameter teknis berdasarkan perolehan nilai tertinggi yaitu responsi keluhan dan penyiapan fasilitas *display*. Hal tersebut akan berpengaruh terhadap perbaikan atribut kepentingan pelanggan khususnya atribut dengan prioritas perbaikan tertinggi meliputi kesesuaian nota dengan harga pembelian. Saran untuk penelitian berikutnya diperlukan pengukuran terhadap peningkatan pelayanan departemen FF Tiara Dewata berdasarkan strategi yang telah direkomendasikan, sehingga pelayanan departemen FF Tiara Dewata dapat terus dioptimalkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, T., Mukson dan E. Prasetyo. 2021. Keputusan pelanggan dalam pembelian chicken nugget di kota Semarang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Agribisnis*, 15(3): 1-14.
- Agustian, I., H. E. Saputra, dan A. Imanda. 2019. Pengaruh Sistem Informasi Manajemen terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan di PT. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu. *Jurnal Professional FIS UNIVED*. 6(1): 42-60.
- Ananda, G. C. 2019. Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi beli konsumen padapasar swalayan maju bersama marendal Medan. *Jurnal Ilmiah Abdi Ilmu*, 12(2): 20-32.
- Apriyadillah, P. P. 2018. Analisis pengaruh kualitas produk, kesesuaian harga, intensitas promosi terhadap keputusan pelanggan rokok djarum 1.a bold (Studi kasus pada Kelurahan Dawuhan Kabupaten Situbondo). Skripsi. Tidak Dipublikasikan.
- Bakhtiar, A., M. Aulia., dan A. Susanty. 2017. Perbandingan kualitas layanan ritel swalayan menggunakan competitive zone of tolerance based dan importance- performance analysis. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 16(1): 65-72.
- Charlis, A. A., P. Diana., dan M. M. Warso. 2015. Pengaruh keanekaragaman produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen Giant supermarket puri anjasmoro Semarang. *Journal of Management*, 1(1): 1-11.
- Cohen, L. 1995. How to make QFD work for you. Reading, MA: Addison-Wesley Publishing. <https://www.amazon.com/Quality-Function-Deployment-Make-Work/dp/0201633302?asin=0201633302&revisionId=&format=4&depth=1>. Diakses pada 05 Agustus 2022.
- Fristiana, D. A. 2012. Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada ramai swalayan peterongan Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(1):1-9.
- Humphrey, A. 2005. SWOT analysis for management consulting. SRI Alumni Newsletter (SRI International).
- Hismuddin, M. H., R. Arifin., dan A. R. Slamet. 2020. Pengaruh kualitas produk, harga, store atmosphere, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di swalayan mahkota Gresik (studi kasus pada pelanggan swalayan mahkota). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 9(10): 1-19.
- Kaisupy, T. D., H. Salampessy., dan S. Marasabessy. 2020. Pengaruh pasar modern terhadap pola belanja makanan pokok dari wanita bekerja dan wanita tidak bekerja di kota Ambon. *Jurnal Management*

---

Research, 3(2): 242-253.

- Kantohe, J., M. Karuntu. 2014. Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam berbelanja pada fiesta pasar swalayan Manado. *Jurnal EMBA*, 2(1): 66-77.
- Khairi, N. W. 2017. Pengaruh kualitas pelayanan, harga, kelengkapan produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen koperasi pegawai republik Indonesia Omi swalayan. Skripsi. Tidak Dipublikasikan. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2012. *Marketing Management*. Prentice Hall, New Jersey. 14th Edition, Pearson Education.
- Lianardi, W., dan S. Chandra. 2019. Analysis of service quality, product completeness, and price on purchasing decisions at Juni minimarket Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi*, 4(1): 45-58.
- Lianingsih, T. 2019. Pengukuran kinerja departemen fresh food Tiara Dewata swalayan Denpasar dengan metode balanced scorecard. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, 7(4): 635-645. Fakultas Teknologi Pertanian.
- Melliana., T., M. Yusrizal dan Fitra. 2019. Tingkat pelayanan swalayan XYZ terhadap kepuasan pelanggan di Kota Dumai. *Talenta Conference Energy and Engineering (EE)*, 2(4): 151-157.
- Martilla, J. A., & J. C. Jhon. (1977). Importance performance analysis. *Journal of Marketing*, January, 77-79.
- Purnomo., R. Setiawan, dan F. S. Wisnu. 2019. Analisis strategi dan pengembangan produk unggulan pada industri kecil menengah bahan kaca di malang. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 7(2), 134-139.
- Purwanto. 2019. Pengaruh pemilihan tata letak produk, harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada swalayan "grace mart" bangun jaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 1(1): 12-17.
- Rajaguguk, A., M. Effendi., dan A. Suryani. 2021. Pengaruh pengetahuan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen homesmart rantau prapat. *Jurnal Dharmawangsa*, 15(2): 292-298.
- Ramadhan, M. 2016. Service quality measurement of swalayan X by integrating servqual and kano into QFD. Fakultas Teknologi Industri. Skripsi. Tidak Dipublikasikan. Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Surabaya
- Siregar, I., dan A. Kevin. 2017. Perancangan produk tempat tisu multifungsi dengan menggunakan Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 19(2): 21-29.
- Sudaryana, A. 2011. Perilaku konsumen dalam berbelanja pada supermarket di Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 8: 67-83.
- Subagyo, P. 2000. *Manajemen Operasi*. BPFE. Yogyakarta.
- Taylor, S. 2019. The Butterfly Effect: How a Bad Pelanggan Review Can Damage Your Reputation. Sanderson from Aptean. <https://www.sanderson.com>. Diakses 11 Februari 2022.
- Tjiptono, F. 2002. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2000. Perspektif manajemen dan pemasaran kontemporer. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Triana, D. dan W. O. Widarto. 2013. Relevansi Kualifikasi Kontraktor Bidang Teknik Sipil terhadap Kualitas Pekerjaan Proyek Konstruksi di Provinsi Banten. *Jurnal Fondasi*. 1(1):182-190.
- Yuarini, D. A. A., I K. Satriawan dan I D. P. O. Suardi. 2015. Strategi peningkatan kualitas produk sayuran segar organik pada CV. Golden Leaf Farm Bali. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 3(2):93-109.
- Yulianti, N., dan I. A. Soenandi. 2014. Usaha peningkatan pelayanan PT. x swalayan dengan metode fuzzy Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 2(1):21-27.