

**PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD) PADA WAROENG SPESIAL SAMBAL (SS)
JALAN GODEAN KM 5,5 YOGYAKARTA**

Desi Riani Adiningsih
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jl. Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan, Bantul Yogyakarta
55183
Phone (0274) 387656, Fax (0274) 387656 / 387649
Email : echyecik@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the improvement of service quality with quality function deployment (qfd) method. The subjects of this study were customers and managers of Waroeng Spesial Sambal (SS) Godean street km 5.5 Yogyakarta. The data of this study were 93 samples obtained from 100 questionnaires that were analyzed using SPSS.

Based on the results of the analysis done using the quality function deployment (qfd) method, it is obtained that providing training to new employees, conducting service training to employees, and implementing the SOP per division greatly influenced the improvement of service quality in Waroeng Spesial Sambal (SS) Godean street km 5.5 Yogyakarta.

Keywords: *Quality Function Deployment, Quality of Service, House of Quality*

PENDAHULUAN

Persaingan dunia usaha di era globalisasi ini sudah semakin pesat dan berkembang, hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya jenis usaha baik dalam bidang manufaktur maupun dalam bidang jasa, dan kualitas produk atau jasa dari suatu perusahaan merupakan hal yang penting untuk menentukan produk atau jasa perusahaan itu dapat bersaing atau tidaknya di pasar (Novita & Iwan, 2014). Hal lain yang dapat memicu persaingan antar perusahaan adalah kualitas pelayanannya, karena kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi setiap pelanggan.

Menurut Abdullah dan Nento (2014), kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima. Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan.

Quality Function Deployment (QFD) adalah metode yang mampu mengintegrasikan suara pelanggan ke dalam perencanaan dan perancangan suatu produk maupun jasa. Dari hasil suara konsumen, maka perusahaan dapat mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari

konsumen pada suatu produk/jasa. Sehingga perusahaan dapat memperbaiki dan meningkatkan kualitas produk/jasa untuk dapat memberikan kepuasan pada konsumen (Novita & Iwan, 2014). Tujuannya adalah untuk menjamin bahwa produk yang dihasilkan dapat memenuhi tingkat kualitas yang memuaskan pelanggan.

Pada penelitian ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada Waroeng Spesial Sambal (SS) di Yogyakarta. Waroeng Spesial Sambal (SS) merupakan tempat makan yang sudah tidak asing lagi terutama bagi warga Yogyakarta dan bahkan turis asing. Warung makan ini telah memiliki lebih dari 50 outlet yang tersebar di 27 kota di Indonesia dan telah berdiri selama kurang lebih 19 tahun dengan omzet sekitar 11-12 milyar per bulan (BisnisUKM, 2013). Waroeng SS sendiri menyediakan banyak variasi makanan yang dapat memanjakan pelanggannya. Namun dibalik kesuksesan dan pencapaian yang didapat Waroeng SS, apakah Waroeng SS telah memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi para pelanggannya? Karena kualitas pelayanan merupakan salah satu hal penting dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang telah diterapkan di Waroeng Spesial Sambal (SS) Yogyakarta saat ini?
2. Bagaimana penerapan *quality function deployment* (QFD) di Waroeng Spesial Sambal (SS) Yogyakarta?

KAJIAN TEORI

Kualitas

Menurut Tjiptono (2012), kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan dan merupakan definisi kualitas yang bervariasi dari yang kontroversial hingga kepada yang lebih strategik.

Menurut Goetsch (1994) dalam Zulian Yamit (2001), kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Beliau menegaskan bahwa kualitas bukan hanya menekankan pada aspek hasil akhir yaitu produk dan jasa tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas proses, dan kualitas lingkungan.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2012), kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dari pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas layanan dipengaruhi oleh dua hal yaitu jasa yang dirasakan (*perceived service*) dan layanan yang diharapkan (*expected service*). Selanjutnya Tjiptono mengatakan bahwa, apabila layanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan harapan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan, dan apabila melampaui harapan pelanggan

maka menjadi kualitas layanan yang ideal. Sebaliknya, apabila layanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Implikasi baik buruknya kualitas suatu layanan tergantung kepada kemampuan penyedia layanan memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten (Sondakh, 2014).

Quality Function Deployment (QFD)

Quality Function Deployment (QFD) merupakan proses menentukan kebutuhan konsumen dan menterjemahkannya kedalam atribut yang dapat dijalankan (Munjiati Munawaroh, 2013).

QFD dapat dilihat sebagai seperangkat alat perencanaan, yang membantu memperkenalkan produk baru atau yang ditingkatkan lebih cepat ke pasar dengan berfokus pada kepuasan pelanggan. (Cengiz Kahraman., et al., 2004)

Total Quality Management (TQM)

TQM adalah sistem manajemen yang mengangkat kualitas sebagai strategi usaha dan berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan melibatkan seluruh anggota organisasi (Zulian Yamit, 2001).

Total Quality Management (TQM) mengacu pada penekanan kualitas yang meliputi organisasi keseluruhan, mulai dari pemasok hingga pelanggan. TQM menekankan komitmen manajemen untuk mendapatkan arahan perusahaan yang terus ingin meraih keunggulan dalam semua aspek produk dan jasa yang penting bagi pelanggan (Heizer & Render, 2015).

House Of Quality (HOQ)

Menurut Andiyastuti Suratman (2013), secara umum HOQ memberikan gambaran yang sangat kuat sehingga mampu menyimpulkan informasi yang beragam dan menggambarkan hubungan timbal balik antara berbagai macam elemen. Keunggulan dari QFD adalah bahwa ketika QFD diimplementasikan dengan tepat, QFD akan memberikan sebuah rencana produk dan detail anggaran yang dapat memaksimalkan kepuasan dipihak konsumen dan mendapatkan laba bagi produsen.

Voice of Customer (VoC)

Voice of Customer (voc) adalah salah satu item utama dalam qfd. item ini dapat menterjemahkan apa yang dibutuhkan pasar dan dapat diterapkan pada kebutuhan pasar dalam produk. voc menjadi bahan utama dalam pengembangan produk dan layanan. (Hari Abdul Hadi, et al. 2017)

Tujuan fase ini adalah untuk mengidentifikasi kebutuhan dan persyaratan pelanggan dan untuk berkomunikasi secara efektif dengan desain produk dan tim pengembangan. (Hamid Ullah & Asiyah Ali, 2017).

METODA PENELITIAN

Subyek penelitian pada dasarnya adalah yang akan dikenai kesimpulan dari hasil penelitian. Subyek yang digunakan pelanggan dan manajer Waroeng Spesial Sambal (SS) Godean Yogyakarta. Objek yang digunakan pada penelitian ini adalah Waroeng Spesial Sambal (SS) yang berada di jalan Godean km 5 Yogyakarta.

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data primer yang didapat dari sumber pertama, individu maupun kelompok yang diperoleh melalui wawancara, kuisioner, serta survei dan observasi langsung ke Waroeng Spesial Sambal (SS). Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengambilan sampel pada penelitian dengan menggunakan beberapa kriteria.

Kriteria sampel tersebut antara lain :

1. Penyedia layanan
 - a. Manager/pemilik waroeng Spesial Sambal
 - b. Staf/karyawan yang memahami prosedur operasi dan pelayanan.
2. Pelanggan
 - a. Berusia 17 tahun keatas.
 - b. Telah melakukan pembelian lebih dari 2 kali

Uji Kualitas Instrumen

a. Validitas

Augusty Ferdinand (2013) mengatakan bahwa pada dasarnya kata "valid" mengandung makna yang sinonim dengan kata "good". Jika nilai α (alpha) $\leq 0,05$ maka atribut tersebut dapat dikatakan valid. Apabila $\alpha \geq 0,05$ maka atribut kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Reliabilitas

Augusty Ferdinand (2013) mengatakan bahwa reliabilitas merupakan sebuah *scale* atau instrumen pengukur data, dan data yang dihasilkan di sebut *reliable* atau terpercaya apabila instrumen itu secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran. Standar minimal reliabilitas adalah $\geq 0,6$, jika $\leq 0,6$ maka dinyatakan tidak *reliable*.

Analisis Data

Alat analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah QFD (*quality function deployment*). QFD adalah metode untuk membantu mengubah kebutuhan pelanggan (*voice of customer*) ke dalam karakteristik *engineering* (dan metode uji yang tepat) untuk produk atau layanan. *House of quality* adalah matrik yang menghubungkan antara keinginan konsumen dengan bagaimana perusahaan memenuhi keinginan konsumen (Heizer & Render, 2015). Langkah-langkah membangun *House Of Quality* adalah :

- a. Kenali keinginan pelanggan. Apa saja yang diinginkan pelanggan dalam produk atau jasa tersebut.

- b. Kenali bagaimana produk/jasa akan memuaskan keinginan pelanggan. Kenali karakteristik khusus, keistimewaan, atau atribut dari produk, dan tunjukkan bagaimana mereka akan memuaskan keinginan pelanggan.
- c. Hubungkan keinginan pelanggan dengan bagaimana produk akan dibuat untuk memenuhi keinginan pelanggan tersebut.
- d. Membuat rating atau perbandingan kualitas pelayanan.
- e. Menentukan prioritas atau tingkat kepentingan pada kualitas pelayanan.
- f. Evaluasi produk pesaing untuk mengetahui seberapa baik produk pesaing memenuhi keinginan pelanggan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Responden untuk pengisian kuesioner pada penelitian ini adalah pelanggan Waroeng SS. Kriteria pelanggan yang menjadi responden pada penelitian ini adalah pelanggan yang pernah atau bahkan sering secara langsung datang dan menikmati layanan di Waroeng SS dan minimal telah melakukan 2 kali pembelian. Usia responden minimal 17 tahun. Berdasarkan karakteristik yang telah disebutkan dapat ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 1 Deskripsi Responden

Karakteristik Responden	Keterangan	Total Responden	Persentase	Jumlah
Usia	17-24 tahun	36	38.7%	100%
	25-32 tahun	22	23.6%	
	33-40 tahun	14	15.1%	
	41-48 tahun	9	9.7%	
	49-56 tahun	5	5.4%	
	57-64 tahun	6	6.4%	
	>64 tahun	1	1.1%	
	Total	93		
Jenis Kelamin	Perempuan	54	58.1%	100%
	Laki-laki	39	41.9%	
	Total	93		
Pembelian	Belum pernah	-	-	100%
	1 kali	-	-	
	2 kali	9	9.7%	
	> 2 kali	84	90.3%	
	Total	93		

Uji Kualitas Instrumen
Uji Validitas

Augusty Ferdinand (2013) mengatakan bahwa pada dasarnya kata “valid” mengandung makna yang sinonim dengan kata “good”. Jika nilai α (alpha) $\leq 0,05$ maka atribut tersebut dapat dikatakan valid. Apabila $\alpha \geq 0,05$ maka atribut kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid. Hasil uji validitas kuesioner penelitian ini, yaitu:

Table 2 Hasil Validitas

Dimensi	P.Value Kepentingan	Ket	P. Value Kepuasan	Ket
<i>Tangibles</i>	0,000	Valid	0,000	Valid
	0,000	Valid	0,000	Valid
	0,000	Valid	0,000	Valid
	0,000	Valid	0,000	Valid
	0,000	Valid	0,000	Valid
	0,000	Valid	0,000	Valid
	0,000	Valid	0,000	Valid
	0,000	Valid	0,000	Valid
	0,000	Valid	0,000	Valid
	0,000	Valid	0,000	Valid

Dimensi	P.Value Kepentingan	Ket	P. Value Kepuasan	Ket
<i>Reliability</i>	0,000	Valid	0,000	Valid
	0,000	Valid	0,000	Valid
	0,000	Valid	0,000	Valid
	0,000	Valid	0,000	Valid
<i>Responsiveness</i>	0,000	Valid	0,000	Valid
	0,000	Valid	0,000	Valid
	0,000	Valid	0,000	Valid
	0,000	Valid	0,000	Valid
<i>Assurance</i>	0,000	Valid	0,000	Valid
	0,000	Valid	0,000	Valid
	0,000	Valid	0,000	Valid
<i>Empathy</i>	0,000	Valid	0,000	Valid
	0,000	Valid	0,000	Valid
	0,000	Valid	0,000	Valid
	0,000	Valid	0,000	Valid

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini untuk meningkatkan pelayanan di Waroeng Spesial Sambal dengan menggunakan metode statistik *cronbach alpha* dengan signifikansi sebesar $>0,60$. Angka ini menunjukkan bahwa setiap pertanyaan yang diajukan pengukuran instrumen memiliki reliabilitas yang memenuhi syarat yaitu $>0,60$. Tabel III menunjukkan hasil reliabilitas kuesioner nilai kepentingan (N.K) dan nilai *real* atau kenyataan (N.R) pada penelitian ini, yaitu:

Table 3 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

Dimensi	Cronbach's <i>alpha</i> N.R	Ket	Cronbach's <i>alpha</i> N.K	Ket
<i>Tangibles</i>	0.824	Reliabel	0.816	Reliabel
<i>Reliability</i>	0.667	Reliabel	0.642	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0.638	Reliabel	0.785	Reliabel
<i>Assurance</i>	0.665	Reliabel	0.648	Reliabel
<i>Empathy</i>	0.679	Reliabel	0.724	Reliabel

Hasil Penelitian

1. Hasil kualitas pelayanan yang diterapkan di Waroeng Spesial Sambal (SS) saat ini diperoleh dari sumber data sebagai berikut:
 - a. Kuesioner: data yang diperoleh dari kuesioner adalah dengan cara penyebaran kuesioner kepada pelanggan Waroeng SS untuk mengetahui tingkat kenyataan saat ini di Waroeng SS.
 - b. Observasi: data yang diperoleh dari observasi adalah dengan cara kunjungan langsung ke Waroeng SS karena peneliti juga termasuk pelanggan Waroeng SS.

Kemudian atribut-atribut yang terdapat pada kuesioner dibagi menjadi lima kategori untuk setiap dimensi, yaitu:

5= Sangat Baik

4= Baik

3= Cukup baik

2 = Buruk

1= Sangat Buruk

Langkah pertama adalah penentuan data kategori menurut interval sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Data tertinggi} - \text{Data terendah}}{5 \text{ kategori}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0,8$$

Tabel 4 dibawah ini merupakan batas kategori yang diperoleh dari perhitungan interval, sebagai berikut:

Tabel 4 Batas Kategori

Batas Kategori	Kenyataan
1,0 - 1,79	Sangat Buruk
1,8 - 2,59	Buruk
2,6 - 3,39	Cukup
3,4 - 4,19	Baik
4,2 - 5,00	Sangat Baik

Tahap selanjutnya adalah mengolah lima dimensi kualitas pelayanan menggunakan *microsoft excel* yang akan menghasilkan data sebagai berikut:

Tabel 5 Nilai Kenyataan *Tangibles*

No.	Item	Pernyataan	Rata-rata	Ket.
1	T1	Penampilan pegawai rapi dan profesional.	4,25	Sangat baik
2	T2	Tempat parkir luas dan memadai.	4,20	Sangat baik
3	T3	Kebersihan ruangan selalu terjaga.	3,98	Baik
4	T4	Kebersihan toilet selalu terjaga.	4,23	Sangat baik
5	T5	Ketersediaan tempat ibadah dan fasilitas pendukung lengkap.	4,41	Sangat baik
6	T6	<i>Washtavel</i> yang memadai dan fasilitas pendukung cuci tangan lengkap.	3,89	Baik
7	T7	Kenyamanan suhu ruangan.	4,33	Sangat baik
8	T8	Perlengkapan makan bersih.	4,37	Sangat baik
9	T9	Penataan meja dan kursi rapi.	4,29	Sangat baik
10	T10	Suasana ruangan menarik.	4,49	Sangat baik
11	T11	Kemudahan pelanggan dalam pemesanan makanan.	4,51	Sangat baik
Grandmean			4,26	Sangat baik

Pada Tabel *tangibles* diatas diperoleh hampir semua atribut *tangibles* di kategorikan Sangat Baik untuk tingkat kenyataannya, namun terdapat dua atribut yang masih dikategorikan Baik yaitu kebersihan ruangan selalu terjaga dan *washtavel* yang memadahi dan fasilitas pendukung cuci tangan lengkap. Dua atribut ini masih dikategorikan Baik, sehingga Waroeng SS diharapkan untuk dapat meningkatkannya agar lebih baik lagi.

Tabel 6 Nilai Kenyataan Reliability

No.	Item	Pernyataan	Rata-rata	Ket.
1	R1	Jam buka dan tutup konsisten tidak berubah-ubah.	4,27	Sangat Baik
2	R2	Proses pembayaran cepat dan tepat.	4,38	Sangat baik
3	R3	Rasa makanan konsisten tidak berubah.	4,29	Sangat baik
4	R4	Pelayanan yang diberikan oleh pegawai cepat dan tepat.	4,24	Sangat baik
Geomean			4,29	Sangat baik

Pada tabel *reliability* di peroleh hasil Sangat baik untuk seluruh atribut *reliability* untuk tingkat kenyataan pelayanan di Waroeng SS. Dengan hasil ini diharapkan Waroeng SS dapat terus mempertahankan atau bahkan meningkatkan pelayanannya.

Tabel 4.7 Nilai Kenyataan Responsiveness

No.	Item	Pernyataan	Rata-rata	Ket.
1	RE1	Harga menu terjangkau.	4,47	Sangat baik
2	RE2	Kecepatan pelayanan pada kasir, terutama jika pelanggan terlalu banyak.	3,90	Baik
3	RE3	Pegawai cepat tanggap dalam melayani pengunjung.	4,36	Sangat baik
4	RE4	Pegawai menanggapi komplain dengan sigap.	4,56	Sangat baik
Grandmean			4,46	Sangat baik

Pada Tabel *responsiveness* diperoleh hasil Sangat Baik untuk keseluruhan item. Namun Kecepatan pelayanan pada kasir, terutama jika pelanggan terlalu

banyak terdapat pada kategori Baik yang artinya Waroeng SS harus lebih meningkatkan pelayanan pada kasir.

Tabel 8 Nilai Kenyataan Assurance

No.	Item	Pernyataan	Rata-rata	Ket.
1	A1	Kemampuan menghitung dengan teliti pada kasir.	4,30	Sangat baik
2	A2	Memberikan jaminan penggantian menu makanan jika ditemukan makanan yang kurang sesuai.	4,54	Sangat baik
3	A3	Keamanan dalam bertransaksi terjaga.	4,66	Sangat baik
Grandmean			4,5	Sangat baik

Pada Tabel *assurance* seluruh item mendapatkan hasil Sangat Baik untuk per item maupun hasil akhir. Sehingga Waroeng SS harus terus mempertahankan atau bahkan meningkatkan lebih baik lagi pada *assurance*-nya.

Tabel 9 Nilai Kenyataan Emphaty

No.	Item	Pernyataan	Rata-rata	Ket.
1	E1	Ketersediaan tempat parkir aman dan nyaman.	3,95	Baik
2	E2	Staf memberikan respon yang baik dalam menerima kritik & saran.	4,26	Sangat baik
3	E3	Kesabaran dan keramahan pegawai dalam memberikan pelayanan.	4,34	Sangat baik
4	E4	Komunikasi yang baik antara karyawan dengan pelanggan dalam pelayanan.	4,41	Sangat baik
Grandmean			4,23	Sangat baik

Pada tabel *emphaty* 3 dari 4 item mendapatkan hasil Sangat Baik, namun terdapat satu item yang mendapatkan hasil Baik yaitu Ketersediaan tempat parkir aman dan nyaman. Waroeng SS diharapkan mampu meningkatkan kualitasnya pada item tersebut untuk pelayanan yang lebih baik lagi.

Analisis Quality Function Deployment

Tujuan dari QFD sendiri tidak hanya memenuhi sebanyak mungkin harapan-harapan *customer*, tetapi juga berusaha melampaui harapan-harapan *customer* sebagai cara untuk berkompetensi dengan saingannya, sehingga diharapkan konsumennya tidak menolak dan tidak *complain* tapi malah menginginkannya (Masjudin dan Dyah, 2014).

Voice of Customer adalah cara yang tepat untuk mengetahui harapan-harapan pelanggan yang dikelompokkan menjadi atribut-atribut *Voice of Customer* (VoC) yang terdiri dari lima dimensi, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*. Kemudian atribut-atribut tersebut dijabarkan menjadi susunan kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan di Waroeng Spesial Sambal (SS), dan hasilnya diolah menggunakan *software* SPSS untuk memperoleh angka yang paling sering keluar (modus) dalam kuesioner. Tabel 4.4 ini adalah hasil dari modus nilai kepentingan:

Tabel 10 Atribut-atribut Kuesioner

Dimensi	No	Pernyataan	Modus N.K
<i>Tangibles</i>	1	Penampilan pegawai rapi dan profesional.	4
	2	Tempat parkir luas dan memadahi.	4
	3	Kebersihan ruangan selalu terjaga.	4
	4	Kebersihan toilet selalu terjaga.	4
	5	Ketersediaan tempat ibadah dan fasilitas pendukung lengkap.	4
	6	<i>Washtavel</i> yang memadahi dan fasilitas pendukung cuci tangan lengkap.Pernyataan	4
	7	Kenyamanan suhu ruangan.	4
	8	Perlengkapan makan bersih.	4
	9	Penataan meja dan kursi rapi.	4
	10	Suasana ruangan menarik.	4
	11	Kemudahan pelanggan dalam pemesanan makanan.	4
<i>Reliability</i>	12	Jam buka dan tutup konsisten tidak berubah-ubah.	4
	13	Proses pembayaran cepat dan tepat.	4
	14	Rasa makanan konsisten tidak berubah.	4
	15	Pelayanan yang diberikan oleh pegawai cepat dan tepat.	4
<i>Responsiveness</i>	16	Harga menu terjangkau.	4
	17	Kecepatan pelayanan pada kasir, terutama jika pelanggan terlalu banyak.	4
	18	Pegawai cepat tanggap dalam melayani pengunjung.	4
	19	Pegawai menanggapi komplain dengan sigap.	4

Dimensi	No	Pernyataan	Modus N.K
Assurance	20	Kemampuan menghitung dengan teliti pada kasir.	5
	21	Memberikan jaminan penggantian menu makanan jika ditemukan makanan yang kurang sesuai.	5
	22	Keamanan dalam bertransaksi terjaga.	4
Empathy	23	Ketersediaan tempat parkir aman dan nyaman.	3
	24	Staf memberikan respon yang baik dalam menerima kritik & saran.	4
	25	Kesabaran dan keramahan pegawai dalam memberikan pelayanan.	5
	26	Komunikasi yang baik antara karyawan dengan pelanggan dalam pelayanan.	4

Respon Teknik

Respon teknik merupakan bagian dari *House of Quality* (HoC) yang terletak pada bagian atas berbentuk segitiga. Respon teknik ini di peroleh dari hasil wawancara dengan manajer Waroeng SS dan memperlihatkan tindakan apa saja yang dapat dilakukan oleh Waroeng SS sebagai solusi dari *Voice of Customer* (VoC) untuk memenuhi keinginan pelanggan. Terdapat 20 respon teknik pada tabel 4.5 dibawah ini:

Tabel 11 Respon Teknik

No.	Respon Teknik
1	Menetapkan cara berpakaian yang lebih rapi dan sopan.
2	Memperbaiki layout atau tatanan parkir.
3	Penambahan, perbaikan, dan perawatan fasilitas fisik.
4	Membuat jadwal tugas piket.
5	Menjaga kebersihan meja makan, <i>washtavel</i> , dan fasilitas fisik lainnya.
6	Menambah jumlah kipas angin didalam ruangan.
7	Memisahkan ruangan bebas rokok dan boleh merokok.
8	Melakukan pengecekan ulang pada perlengkapan makan sebelum disajikan.
9	Memperbaiki <i>layout</i> meja dan kursi.
10	Memperbaiki <i>layout</i> dan menambah hiasan dinding.
11	Melakukan pelatihan pelayanan pada karyawan.
12	Selalu menyempurnakan dan memudahkan sistem pemesanan.
13	Menerapkan SOP perdivisi.
14	Menambah jumlah kasir.
15	Memisahkan pembayaran tunai dan non-tunai.

No.	Respon Teknik
16	Memberikan <i>training</i> kepada karyawan baru.
17	Selalu memberikan keterjangkauan harga yang sesuai.
18	Melakukan pengecekan ulang pada pesanan sebelum disajikan.
19	Memberikan jaminan penggantian pada rasa makanan.
20	Menambah kamera pengawas.

PEMBAHASAN

Penerapan Kualitas Pelayanan di Waroeng Spesial Sambal (SS)

Berdasarkan dari penyebaran kuesioner kepada pelanggan Waroeng SS, dari dimensi *tangibles* diperoleh hasil hampir semua atribut di kategorikan Sangat Baik untuk tingkat kenyataannya, namun terdapat dua atribut yang masih dikategorikan Baik yaitu kebersihan ruangan selalu terjaga dan *washtavel* yang memadai dan fasilitas pendukung cuci tangan lengkap. Dua atribut ini masih dikategorikan Baik, sehingga Waroeng SS diharapkan untuk dapat meningkatkannya agar lebih baik lagi.

Kemudian pada dimensi *reliability* di peroleh hasil Sangat baik untuk seluruh atribut *reliability* untuk tingkat kenyataan pelayanan di Waroeng SS. Dengan hasil ini diharapkan Waroeng SS dapat terus mempertahankan atau bahkan meningkatkan pelayanannya.

Pada dimensi *responsiveness* diperoleh hasil Sangat Baik untuk keseluruhan item. Namun Kecepatan pelayanan pada kasir, terutama jika pelanggan terlalu banyak terdapat pada kategori Baik yang artinya Waroeng SS harus lebih meningkatkan pelayanan pada kasir.

Pada Tabel *assurance* seluruh item mendapatkan hasil Sangat Baik untuk per item maupun hasil akhir. Sehingga Waroeng SS harus terus mempertahankan atau bahkan meningkatkan lebih baik lagi pada *assurance*-nya.

Sedangkan untuk dimensi *emphaty* terdapat 3 dari 4 item mendapatkan hasil Sangat Baik, namun terdapat satu item yang mendapatkan hasil Baik yaitu Ketersediaan tempat parkir aman dan nyaman. Waroeng SS diharapkan mampu meningkatkan kualitasnya pada item tersebut untuk pelayanan yang lebih baik lagi.

PENUTUP

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana Waroeng Spesial Sambal (SS) memberikan pelayanan sesuai keinginan pelanggan. Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini, kesimpulan yang dapat diambil adalah:

1. Kualitas pelayanan di Waroeng Spesial Sambal (SS) Yogyakarta
Setelah dilakukan pengumpulan data dengan cara penyebaran kuesioner, kemudian dilakukan pengolahan data kuesioner untuk kualitas pelayanan yang telah diterapkan saat ini menggunakan *Microsoft Excel* diperoleh hasil yang Sangat Baik untuk lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*. Hasil yang Sangat Baik ini perlu dipertahankan

- di Waroeng Spesial Sambal atau bahkan ditingkatkan lagi untuk melebihi harapan pelanggan.
2. Penerapan *quality function deplotment* di Waroeng Spesial Sambal (SS) Yogyakarta Terdapat beberapa respon teknik dengan peringkat terbesar, yaitu:
 - a. Memberikan *training* kepada karyawan baru. Respon teknik ini menjadi peringkat pertama karena melakukan *training* merupakan hal yang penting untuk karyawan baru agar mengerti bagaimana kinerja yang baik dan benar.
 - b. Melakukan pelatihan pelayanan pada karyawan. Pelatihan pelayanan ini dilakukan guna meningkatkan kualitas pelayanan yang maksimal kepada pelanggan.
 - c. Menerapkan SOP perdivisi. Respon teknik ini dapat menerapkan kinerja yang maksimal karena karyawan fokus dengan pembagian divisinya masing-masing.
 - d. Selalu menyempurnakan dan memudahkan sistem pemesanan. Kemudahan pelanggan dalam pemesanan merupakan hal penting yang juga harus diperhatikan agar pelanggan tidak merasa bingung pada saat melakukan pemesanan.
 - e. Penambahan, perbaikan, dan perawatan fasilitas fisik. Hal ini perlu diperhatikan karena jika terjadi kerusakan pada fasilitas di Waroeng SS dan tidak segera diperbaiki, maka akan membuat pelanggan merasa tidak nyaman atau terganggu.
 - f. Menjaga kebersihan meja makan, *washtavel*, dan fasilitas fisik lainnya. Kebersihan merupakan hal yang sangat sensitif, terlebih lagi di tempat makan. Karena itu kebersihan harus selalu terjaga dan diperhatikan.

SARAN

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peningkatan kualitas di Waroeng SS dapat dilakukan berdasarkan peringkat terbesar pada respon teknik yaitu melakukan *training* kepada karyawan baru.
2. Sebaiknya Waroeng SS melakukan survei kepuasan pelanggan secara berkala untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan dan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mencantumkan perusahaan pesaing pada *house of quality* untuk perbandingan penilaian.

KETERBATASAN PENELITIAN

1. Pada penelitian ini terdapat keterbatasan seperti atribut - atribut yang digunakan dalam penelitian ini hanya terfokus pada pelayanan dan tidak memasukkan atribut lainnya.
2. Tidak ada analisis pesaing pada penelitian ini, karena hanya berfokus pada Waroeng SS dan kepuasan pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A.H., & Nento,S., 2014, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Perpustakaan", *Tadbir:Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol.2 No.2.
- Augusty Ferdinand, 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi Keempat. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Krisnasari, Della., Khairani, R.S., 2014, "Pendekatan Metode *Quality Function Deployment* (QFD) Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jasa Bober Café Bandung". Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi Dan Informatika, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Telkom.
- Ginting,M., & Halim.D.I., 2012, "Usaha Peningkatan Kualitas Layanan Perpustakaan UKRIDA Dengan Metode *Seroqual* Dan *Quality Function Deployment* (QFD)", *jurnal ilmiah teknik dan ilmu computer UKRIDA*. Vol.1 No.2
- Hari Abdul Hadi, *et al.*, 2017, "*The Implementation of Quality Function Deployment (qfd) in Tire Industry*", *Master of Industrial Engineering Program, Mercu Buana University*. Vol. 8 No. 4, 223-228.
- Harmaini, Lusi,2013, Analisis Kualitas Pelayanan Perpustakaan Perguruan Tinggi Dengan Metode *Quality Function Deployment* (QFD)(Studi Kasus: Perpustakaan Pusat Unp). *Jurnal Manajemen*,2.02.
- Hong-Bin Yan., Tiejun Ma., 2015, "*A Group Decision-Making Approach to Uncertain Quality Function Deployment Based on Fuzzy Preference Relation and Fuzzy Majority*", *School of Business, East China University of Science and Technology*. 815-829.
- <http://bisnisukm.com/rahasia-sukses-waroeng-spesial-sambal-waroeng-ss.html>
Diakses pada 24 februari 2017 pukul 01:02 wib.
- Jay Heizer,& Barry Render, 2015, *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan Dan Rantai Pasokan*, Edisi 11, Salemba Empat, Jakarta Selatan.
- Magdalena, Marito; arto, Sugi; ginting, Rosnani. Peningkatan Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* (QFD) Di Rumah Sakit XYZ. *Jurnal Teknik Industri USU*, 2013, 3.2.

- Masjudin, Fatkhurijal; Dyah, Riandadari., 2014, Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Bengkel Sepeda Motor Menggunakan Metode QFD (Quality Function Deployment) Pada Bengkel Yamaha Mandala Motor Jl. Mayjend Sungkono No. 4 Surabaya. *Jurnal Teknik Mesin*, No.02, Vol.01, 172-178.
- Munjiati, Munawaroh. 2013. *Manajemen Operasi Strategi Untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif*. Edisi kedua. Yogyakarta: LP3M UMY.
- Novita, Yulianti; Iwan Aang Soenandi., 2014, Usaha Peningkatan Pelayanan PT. X Supermarket Dengan Metode *FuzzyQuality Function Deployment (QFD)*, *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, Vol. 2, No. 1, 21-27.
- Pangestu, Subagyo,. 2000, *Manajemen Operasi*, Edisi pertama, Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, BPFE Yogyakarta.
- Puspita,A.D., Dania,W.A.P., Putri,S.A., 2014, "Analisis Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji dengan Metode Servqual (*Service Quality*) dan QFD (*Quality Function Deployment*) (Studi Kasus di Prime Chicken)", Alumni Jurusan Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Brawijaya, Malang.
- Risenasari, H., 2009, Penerapan Metode *Quality Function Deployment (QFD)* Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Restoran Pringjajar Kabupaten Pemalang Jawa Tengah, *Tugas Sarjana*, Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Sahney, Sangeeta., 2008, "*Critical Success Factors in Online Retail- An Application of Quality Function Deployment and Interpretive Structural Modeling*", *Vinod Gupta School of Management Indian Institute of Technology*. Vol. 3 No. 1, 144-163.
- Sekaran, Uma;. 2006. *Research Methods for Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiyawan., Nalhadi, A., Ramayanti,G., Supriyadi., 2017, "Perancangan *Tracker Crankshaft Hydraulic* dengan Metode *Quality Function Deployment (QFD)*", *Jurnal Jurusan Teknik Industri*, Fakultas Teknik, Universitas Serang Raya. Isbn: 978-602-73672-1-0, 176-182.
- Sondakh, Conny, 2014. "Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado)", *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen vol.3 No.1*.

Suratman, Andriyastuti., 2013. *The Application Of Quality Function Deployment (Qfd) For Quality Of Indoor Rattan Chairs' Product Design For European Market (Study At The Center Of Rattan Furniture Industry In Sukoharjo Regency)*. *Proceeding Seminar Nasional. Management Departmnt, Faculty of Economics, Universitas Islam Indonesia*. Isbn: 978-979-636-147-2, 439-457.

Tjiptono, Fandy, 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.

Ullah.H., Ali.A., 2017, "*Design and Development of Mobile Phone using Quality Function Deployment*", *International Journal of Engineering Materials and Manufacture*. Universitas Teknologi Brunei. 1-10.

Zulian Yamit., 2001, *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*, Edisi Pertama, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Ekonisia.

Zulian Yamit., 1996, *Manajemen Produksi dan Operasi*, Edisi Pertama, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, Ekonisia.