

## **Analisis Kualitas Pelayanan Hotel Jayakarta Bandung dengan Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* (Qfd)**

Cendana Oktaviani

*Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,*

*Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*

*email: cendanaoktaviani15@gmail.com*

**Abstract.** Currently, the hotel is not only used as a place to stay or rest, and now often used as a place to break the fast together, gathered with friends and family for hotels that have a restaurant or cafe, even for a wedding reception. This research was conducted to know how the quality of service by using method of Quality Function Deployment (QFD) at Hotel Jayakarta Bandung. Research method in this research is case study method that is research about research subject related to a specific phase or typical of whole research. While the type of research used is descriptive research is a form of research by conducting an analysis of the comparison between the data obtained from the object of research with theoretical knowledge that is closely related to the problem to be studied. The results showed that the service of Hotel Jayakarta Bandung has an advantage over its competitors. This can be seen from the implementation of operational efforts in the hotel service that is providing complete facilities, interior & exterior using the services of architecture, the availability of complete information media (brochures / leaflets, website), strategic location, high security level, , appropriate prices, food and beverage quality, friendliness, neatness and courtesy of employees, employees are fast and precise in serving customers, employees know complete hotel information, completeness of payment facilities, and provide box suggestion facilities.

**Keywords:** **Quality Function Deployment Method, the service quality of Hotel Jayakarta Bandung.**

**Abstrak.** Saat ini, hotel bukan hanya dijadikan sebagai tempat menginap atau beristirahat saja, bahkan sering dijadikan sebagai tempat buka puasa bersama, berkumpul dengan teman-teman dan keluarga bagi hotel yang memiliki resto atau cafe, bahkan untuk resepsi pernikahan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) pada Hotel Jayakarta Bandung. Metode penelitian pada penelitian ini adalah metode studi kasus yaitu penelitian mengenai subjek penelitian yang berkaitan dengan suatu fase spesifik atau khas dari keseluruhan penelitian. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif yaitu bentuk penelitian dengan mengadakan analisis terhadap perbandingan antara data yang diperoleh dari objek penelitian dengan pengetahuan teoritis yang berhubungan erat dengan masalah yang akan diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan Hotel Jayakarta Bandung memiliki keunggulan dari pada pesaingnya. Hal ini dapat dilihat dari penerapan upaya operasional dalam pelayanan hotel yaitu menyediakan fasilitas yang lengkap, interior & eksterior menggunakan jasa arsitektur, tersedianya media informasi yang lengkap (brosur/leaflet, website), lokasi yang strategis, tingkat keamanan yang tinggi, merawat kebersihan secara berkala, harga yang sesuai, kualitas makanan dan minuman, keramahan, kerapian dan kesopanan karyawan, karyawan cepat dan tepat dalam melayani pelanggan, karyawan mengetahui informasi hotel yang lengkap, kelengkapan fasilitas pembayaran, dan menyediakan fasilitas kotak saran.

**Kata kunci:** **Metode *Quality Function Deployment* dan Kualitas Pelayanan Hotel Jayakarta Bandung.**

### **A. Pendahuluan**

Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri pariwisata, telekomunikasi, transportasi, perbankan, kuliner dan perhotelan berkembang dengan cepat. Salah satunya perkembangan dalam industri perhotelan. Hotel dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat yang membutuhkan tempat menginap atau tempat beristirahat, khususnya yang sedang dalam perjalanan. Berbagai macam pelayanan diberikan sebuah hotel dalam memanjakan konsumennya seperti memberikan kenyamanan. Karena saat ini, hotel

bukan hanya dijadikan sebagai tempat menginap atau beristirahat saja, bahkan sering dijadikan sebagai tempat buka puasa bersama, berkumpul dengan teman-teman dan keluarga bagi hotel yang memiliki resto atau cafe, bahkan untuk resepsi pernikahan.

Melihat hal tersebut, mengakibatkan industri perhotelan terus berkembang, khususnya di kota Bandung yang dikenal dengan Kota Wisata. Hal ini dijadikan peluang bagi para pengusaha untuk membuka bisnis perhotelan. Seiring dengan perkembangan dunia usaha, ditandai dengan terus bertambahnya jumlah hotel di Bandung dengan berbagai klasifikasi baik regional maupun internasional.

Hotel merupakan salah satu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, yang disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, penginapan berikut makanan dan minuman (SK Menteri Perhubungan No. PM 16/PW 301/PHB 77 tanggal 22 Desember 1977)

Konsep kualitas pelayanan telah menjadi credo universal dan telah menjadi faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan organisasi. Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected services*). Bagi perusahaan kuncinya adalah menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa yang diinginkan konsumen.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang ditawarkan, sehingga kualitas merupakan prioritas utama bagi perusahaan sebagai tolok ukur keunggulan bersaing.

Terdapat banyak hotel yang didirikan oleh para pelaku bisnis guna memfasilitasi pengunjung yang membutuhkan tempat menginap dan beristirahat. Salah satunya adalah Hotel Jayakarta Bandung yang menyajikan dan menawarkan berbagai fasilitas yang memuaskan dan terjamin. Hotel Jayakarta Bandung ini merupakan sebuah hotel bintang-4 yang menawarkan dan menyediakan berbagai macam fasilitas yang terdapat di lobby hotel yang luas dengan pemandangan ke kota Bandung dan kolam renang.

Penelitian ini mencoba untuk meneliti atau menganalisis kualitas pelayanan Hotel Jayakarta Bandung. Alasan memilih Hotel Jayakarta Bandung adalah karena Hotel Jayakarta Bandung merupakan hotel yang termasuk pada kategori hotel besar dengan bintang 4.

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, salah satu cara yang dapat digunakan adalah dengan menerapkan metode Quality Function Deployment (QFD). Alat utama dari QFD adalah HOQ (House of Quality).

Berdasarkan uraian yang dikemukakan di atas, maka penulis terdorong untuk mengadakan penelitian dengan maksud memahami dan menganalisa permasalahan yang dihadapi Hotel Jayakarta Bandung. Maka sehubungan dengan latar belakang penelitian tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian dalam bentuk penulisan skripsi dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Hotel Jayakarta Bandung dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD)”

## **B. Landasan Teori**

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007).

Menurut Zeithaml et.al (2009:111), mengukur kualitas pelayanan melalui 5 dimensi, yaitu:

### **1. *Tangible* (Bentuk Fisik)**

*Tangible* adalah penampilan dari fasilitas fisik, peralatan, personil, dan alat-alat tulis yang digunakan untuk menunjang pelayanan.

2. *Reliability* (Keandalan)

*Reliability* adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang akurat sesuai dengan janji.

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

*Responsiveness* adalah kesediaan membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan yang sesuai.

4. *Assurance* (Jaminan)

*Assurance* adalah pengetahuan dan kehormatan seorang karyawan, serta kemampuannya untuk memberikan keyakinan dan kepercayaan.

5. *Emphaty* (Empati)

*Emphaty* adalah peduli, memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan.

Kepuasan pelanggan ialah sejauh mana kinerja yang diberikan oleh sebuah produk sepadan dengan harapan pembeli. Jika kinerja produk kurang dari yang diharapkan itu, pembelinya tidak puas. Jika kinerja produk kurang dari yang diharapkan itu, pembelinya tidak puas (Kotler dan Amstrong, 2001:298).

*Quality Function Deployment (QFD)* adalah metode perencanaan dan pengembangan produk/jasa secara terstruktur yang memungkinkan tim pengembang mendefinisikan secara jelas kebutuhan dan harapan tersebut dan mengevaluasi kemampuan produk atau jasa secara sistematis untuk memenuhi kebutuhan dan harapan tersebut (Wahyu, 2003).

Rumah kualitas atau biasa disebut juga *House of Quality (HOQ)* merupakan tahap pertama dalam penerapan metodologi QFD. Secara garis besar matriks ini adalah upaya untuk mengkonversi *voice of customer* secara langsung terhadap persyaratan teknis atau spesifikasi teknis dari produk atau jasa yang dihasilkan. Perusahaan akan berusaha mencapai persyaratan teknis yang sesuai dengan target yang telah ditetapkan, dengan sebelumnya melakukan benchmarking terhadap produk pesaing. Benchmarking dilakukan untuk mengetahui posisi-posisi relatif produk yang ada di pasaran yang merupakan kompetitor. Berikut adalah struktur matrik pada HOQ (*House of Quality*) menurut Nasution (2011):



**Gambar 1.** Struktur pada *House of Quality* menurut Nasution

Keterangan dari tiap bagian rumah kualitas adalah sebagai berikut:

1. Bagian A  
Terdiri dari sejumlah kebutuhan dan keinginan konsumen yang diperoleh dari hasil penelitian pasar, sehingga diperoleh prioritas kebutuhan yang diinginkan konsumen.
2. Bagian B  
Merupakan upaya persyaratan teknis atau operasional perusahaan. yang memberikan gambaran bagaimana cara tim pengembangan dari produk/jasa pelayanan dalam merespon kebutuhan dan keinginan konsumen. Suara konsumen yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif harus diterjemahkan kedalam suara pengembang (*voice of the developer*).
3. Bagian C  
Bagian ini menunjukkan hubungan antar sesama upaya operasional perusahaan dengan kebutuhan dan keinginan yang telah diprioritaskan oleh konsumen. Hubungan tersebut merupakan dari tim pengembangan yang dapat bersifat kuat, moderat, dan lemah dan tidak ada hubungannya. Simbol hubungan tersebut dapat dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut:

**Tabel 1.** Simbol dan Nilai Matrik Interaksi

Hubungan	Simbol	Nilai
Tidak ada hubungan		
Lemah	△	1
Moderat	○	3
Kuat	●	5

4. Bagian D  
*QFD* merupakan kunci untuk menuju *concurrent engineering*, karena di sini ada fasilitas untuk mengkomunikasikan hubungan satu sama lain dari bagian upaya operasional perusahaan. Bagian ini akan memetakan hubungan dan saling ketergantungan diantara upaya operasional perusahaan. simbol serta keterangan dari interaksi diantara upaya operasional perusahaan dapat dilihat pada Tabel 2.2 sebagai berikut:

**Tabel 2.** Simbol Interaksi Upaya Operasional Perusahaan

Simbol	Pengaruh Hubungan
●	Korelasi positif kuat (sangat saling mendukung)
○	Korelasi positif (saling mendukung)
△	Korelasi negatif (tidak saling mendukung)
<blank>	Tidak ada hubungan

5. Bagian E  
Berisi berbagai macam informasi diantaranya adalah sebagai berikut:
  - a. Urutan tingkat kepentingan (peringkat) menurut perusahaan serta menurut perusahaan pesaing.



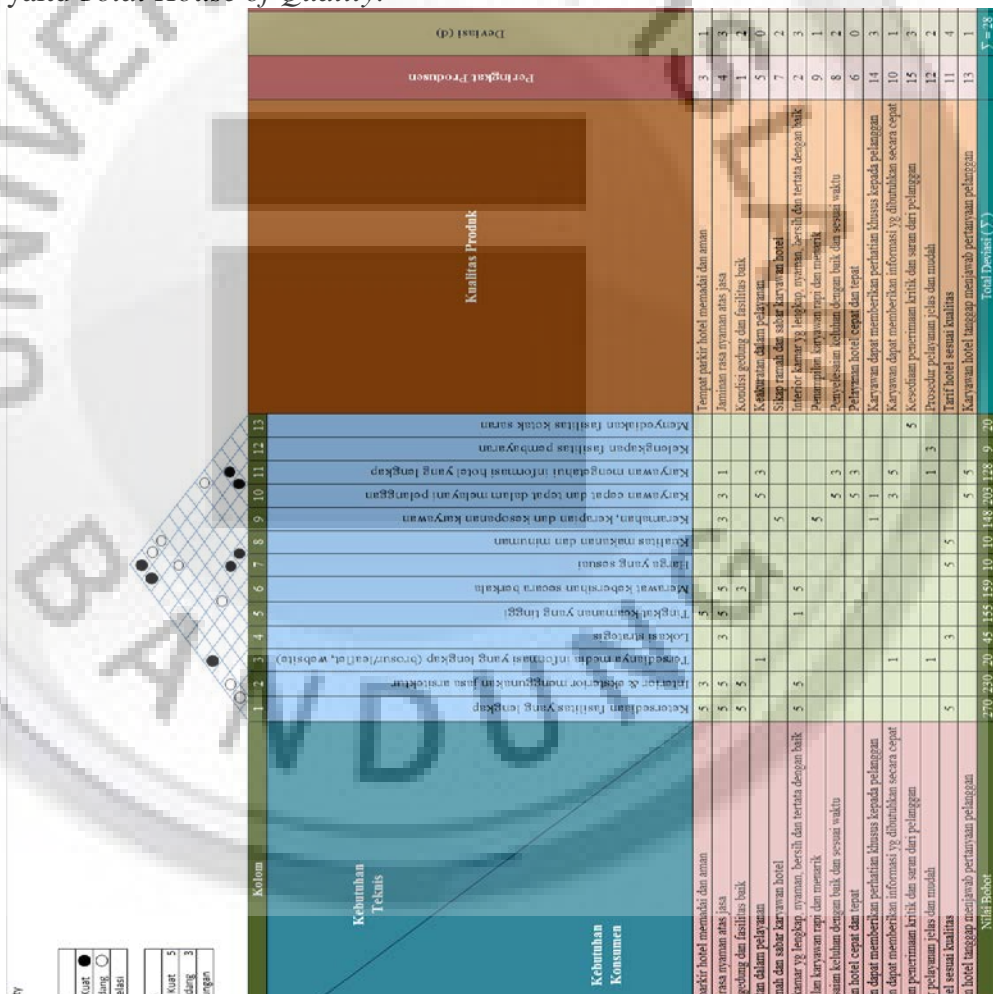
- b. Mengetahui nilai deviasi dimana kepentingan (peringkat) dari perusahaan dikurangi dengan prioritas kebutuhan konsumen. Nilai ini dimaksudkan untuk mengetahui perusahaan mana yang lebih sesuai atau mendekati dari keinginan konsumen.

6. Bagian F

Informasi yang berisikan prioritas upaya-upaya perusahaan yang harus dilakukan berdasarkan prioritas keinginan konsumen. Dimana untuk memperoleh informasi tersebut, maka nilai yang merupakan representasi hubungan antara kebutuhan konsumen dengan parameter teknis perusahaan (Bagian D) perlu dikalikan dengan normalisasi bobot kebutuhan konsumen.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian yang didapatkan dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab dari pertanyaan penelitian yang sudah dirumuskan. Pertanyaan penelitian ini dirumuskan menjadi empat tahapan pertinjauan, dan kemudian disatukan menjadi satu kesatuan yaitu *Total House of Quality*:



Sumber: Data Primer 2017 (diolah)

Gambar 2. Total House of Quality

Setelah diolah, terlihat bahwa yang menjadi atribut prioritas konsumen terhadap pelayanan yaitu sebagai berikut: prioritas ke 1 yaitu tempat parkir hotel memadai dan aman dengan nilai rata-rata sebesar (4,230), prioritas ke 2 yaitu jaminan rasa nyaman atas jasa dengan nilai rata-rata sebesar (4,130), prioritas ke 3 yaitu

kondisi gedung dan fasilitas baik dan lengkap dengan nilai rata-rata sebesar (3,900), prioritas ke 4 yaitu keakuratan dalam pelayanan dengan nilai rata-rata sebesar (3,900), prioritas ke 5 yaitu sikap ramah dan sabar yang dimiliki karyawan hotel dengan nilai rata-rata sebesar (3,900), prioritas ke 6 yaitu memiliki interior kamar yang lengkap, nyaman, bersih dan tertata dengan baik dengan nilai rata-rata sebesar (3,800), prioritas ke 7 yaitu penampilan karyawan rapi dan menarik dengan nilai rata-rata sebesar (3,730), prioritas ke 8 yaitu penyelesaian keluhan dengan baik dan sesuai waktu dengan nilai rata-rata sebesar (3,730), prioritas ke 9 yaitu pelayanan hotel cepat dan tepat dengan nilai rata-rata sebesar (3,700), prioritas ke 10 yaitu karyawan hotel dapat memberikan perhatian khusus kepada pelanggan dengan nilai rata-rata sebesar (3,670), prioritas ke 11 yaitu karyawan hotel memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan secara tepat dengan nilai rata-rata sebesar (3,667), prioritas ke 12 yaitu kesediaan penerimaan kritik dan saran dari pelanggan dengan nilai rata-rata sebesar (3,630), prioritas ke 13 yaitu prosedur pelayanan jelas dan mudah dengan nilai rata-rata sebesar (3,570), prioritas ke 14 yaitu tarif hotel sesuai kualitas pelayanan dengan nilai rata-rata sebesar (3,570), prioritas ke 15 karyawan hotel tanggap menjawab pertanyaan pelanggan dengan nilai rata-rata sebesar (3,567).

Dapat terlihat, yang menunjukkan hubungan antara atribut kualitas pelayanan yang menjadi prioritas konsumen dengan upaya operasional yang dilakukan Hotel Jayakarta Bandung. Nilai atau angka yang digunakan dalam hubungan antara keduanya yaitu sebagai berikut:

- a. Nilai 5 dengan keterangan bahwa hubungan antara keduanya kuat.
- b. Nilai 3 dengan keterangan bahwa hubungan antara keduanya sedang.
- c. Nilai 1 dengan keterangan bahwa hubungan antara keduanya mungkin terdapat hubungan.

Pada pembahasan selanjutnya menjelaskan mengenai hubungan antara sesama upaya operasional yang dilakukan oleh perusahaan Hotel Jayakarta Bandung dalam memenuhi kualitas pelayanan yang diprioritaskan konsumen. Adapun simbol-simbol yang digunakan dalam hubungan antara sesama upaya operasional perusahaan yaitu sebagai berikut:

- = Menandakan pengaruh positif yang kuat
- = Menandakan pengaruh positif yang cukup kuat

Kemudian, dapat dikatakan bahwa Hotel Jayakarta Bandung lebih unggul di bandingkan dengan pesaingnya, hal ini terlihat dari jumlah nilai deviasi yang kecil, jumlah nilai deviasi yang kecil yaitu Hotel Jayakarta Bandung dengan jumlah deviasi sebesar 28. Sedangkan Hotel Scarlet Bandung dengan jumlah deviasi sebesar 48. Ini menandakan bahwa Hotel Jayakarta Bandung telah memenuhi keinginan dari kualitas pelayanan yang diprioritaskan oleh konsumen.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan Hotel Jayakarta Bandung lebih unggul dibandingkan dengan Hotel Scarlet Bandung. Selain itu di bawah ini merupakan hasil dari penelitian tentang implementasi metode *Quality Function Deployment* untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada Hotel Jayakarta Bandung, yaitu sebagai berikut:

1. Atribut kualitas pelayanan yang diprioritaskan konsumen yaitu keamanan dan kenyamanan tempat (baik tempat parkir maupun didalam hotel), kondisi gedung dan fasilitas yang baik, tersedianya fasilitas yang lengkap, performa karyawan

hotel, tersedianya informasi yang lengkap, kebersihan tempat, prosedur pelayanan yang jelas dan mudah, tarif hotel yang sesuai, serta feedback pelanggan.

2. Dari hasil penelitian diketahui bahwa terdapat beberapa upaya operasional yang dilakukan perusahaan Hotel Jayakarta Bandung guna memenuhi keinginan yang diprioritaskan konsumen terhadap kualitas pelayanan, diantaranya yaitu menyediakan fasilitas yang lengkap, menggunakan jasa arsitektur dalam menata eksterior dan interior ruangan, lokasi yang strategis, memiliki tingkat keamanan yang tinggi, memanfaatkan kecanggihan teknologi, memberikan harga yang sesuai, kualitas makanan dan minuman yang terjamin, memiliki karyawan yang sudah terlatih, menyediakan fasilitas pembayaran yang lengkap, feedback pelanggan, dan selalu merawat kebersihan.
3. Diketahui bahwa Hotel Jayakarta Bandung lebih baik dibandingkan dengan pesaing, dilihat dari indikator kualitas persepsi konsumen.
4. Upaya operasional yang harus diprioritaskan yaitu menjaga dan mengontrol fasilitas hotel.

### Daftar Pustaka

- Daft, Richard L. (2006). *Manajemen*, Edisi Keenam Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.
- Gaspersz, Vincent. (2005). *Sistem Manajemen Kinerja Terintegrasi Balanced Scorecard Dengan Six Sigma Untuk Organisasi Bisnis dan Pemerintah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Triguno. (1997). *Budaya Kerja Menciptakan Lingkungan Kondusif Untuk Meningkatkan Produktivitas Kerja*. Jakarta: Golden Terayon Press.
- Ibrahim. (1997). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi.
- Gronroo, C. (1990). *Service And Marketing: Managing The Moment of Truth in Service Competition*. Massachusetts: Lexington.
- Adrian, Payne. (2000). *Pemasaran Jasa. The Essence of Service Marketing*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Strategi Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Fandy, Tjiptono. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Nasution, M.N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indonesia Kelompok Gramedia.