

## **Perancangan Kualitas Layanan Jasa Pengiriman Paket Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* (QFD)**

<sup>1</sup>Sangga Justitia, <sup>2</sup>Nugraha, <sup>3</sup>Iyan Bachtiar

<sup>1,2</sup>Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Islam Bandung,

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: <sup>1</sup>justitiasangga@gmail.com, <sup>2</sup>nugraha692004@yahoo.com, <sup>2</sup>iyambachtiar1806@gmail.com

**Abstract.** Currently the competition of packet delivery services is getting tighter with many emerging packet delivery companies of the same type. PT.POS Bandung is one of the long established service delivery company. In the last few years of business travel there are several obstacles and some things that are often complained by customers include missing packages, broken packages, misplaced destinations, and others that resulted in the decline in customers. The existence of complaints from customers shows that the quality of existing services PT.POS Bandung needs to be improved again. The purpose of this study is to see and know the desires and needs of customers and provide the design proposal of appropriate and effective service quality improvement in accordance with customer needs and desires using Quality Function Deployment (QFD) method. From the result of the research, there are 13 service statement variables according to customer requirements and desires, delivery of goods on time, affordable shipping price, warranty and guarantee of goods, quick employee response, PT.POS strategic location, convenient waiting room facility, spacious parking facility, easy shipping procedure, PT.POS clean and comfortable, freeware free from damage, accuracy of weighing tools, polite and friendly employee, clarity of delivery status information. The categories used are tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, and by looking at QFD four phase results obtained an alternative design and improvement service delivery package is competence servant, facility improvement plan, service room layout improvements, delivery menu quality design.

**Keywords:** Service Quality, Service Delivery Package, Quality Function Deployment (QFD).

**Abstrak.** Saat ini persaingan layanan jasa pengiriman paket semakin ketat yaitu dengan banyak bermunculannya perusahaan-perusahaan pengiriman paket yang sejenis. PT.POS Bandung merupakan salah satu perusahaan jasa pengiriman paket yang sudah lama didirikan. Dalam beberapa tahun terakhir perjalanan usahanya terdapat beberapa kendala dan beberapa hal yang sering dikeluhkan oleh pelanggan antara lain paket yang hilang, paket yang rusak, terjadi salah tempat pengiriman tujuan, dan lain-lain yang mengakibatkan terjadinya penurunan pelanggan. Adanya komplain dari pelanggan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang ada PT.POS Bandung perlu ditingkatkan lagi. Tujuan penelitian ini untuk melihat dan mengetahui keinginan dan kebutuhan dari pelanggan serta memberikan usulan perancangan perbaikan kualitas pelayanan yang tepat dan efektif yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan menggunakan metode Quality Function Deployment (QFD). Dari hasil penelitian diperoleh 13 variabel pernyataan layanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan yaitu pengiriman barang tepat waktu, harga pengiriman barang terjangkau, garansi dan jaminan barang, respon karyawan yang cepat, letak PT.POS yang strategis, fasilitas ruang tunggu nyaman, fasilitas parkir luas, prosedur pengiriman yang mudah, PT.POS bersih dan nyaman, barang bebas dari kerusakan, keakuratan alat timbangan, karyawan yang sopan dan ramah, kejelasan informasi status pengiriman. Kategori yang digunakan adalah tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, dan dengan melihat hasil QFD empat fasa didapatkan suatu alternatif rancangan dan perbaikan pelayanan pengiriman paket adalah kompetensi pelayan/pegawai, melakukan perbaikan fasilitas, perbaikan tata letak ruang pelayanan, merancang kualitas menu pengiriman paket

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Jasa Pengiriman Paket, *Quality Function Deployment*

## A. Pendahuluan

Globalisasi membawa dampak yang sangat besar bagi perkembangan dunia bisnis di seluruh dunia, seperti saat ini kemajuan teknologi informasi yang semakin pesat. Adanya teknologi informasi dapat memudahkan perusahaan untuk dapat bersaing, sehingga banyak dimanfaatkan oleh perusahaan di bidang bisnis pelayanan, terutama di bidang layanan jasa pengiriman paket. Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dapat dilakukan dalam waktu yang cepat dan lebih mudah. Pada saat ini persaingan dalam layanan jasa pengiriman paket semakin ketat yaitu dengan banyak bermunculannya perusahaan-perusahaan pengiriman paket yang sejenis, sehingga membuat pelanggan semakin mempunyai banyak pilihan dalam menentukan jasa pengiriman paket yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Oleh karena itu untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan, maka terlebih dahulu jasa pengiriman paket tersebut harus bisa memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggannya tersebut.

PT.POS merupakan salah satu perusahaan jasa pengiriman paket yang sudah lama didirikan dan satu-satunya perusahaan BUMN Indonesia yang bergerak dibidang jasa pengiriman paket. Perusahaan ini dalam beberapa tahun terakhir perjalanan usahanya terdapat beberapa kendala dan beberapa hal yang sering dikeluhkan oleh pelanggan. Adanya pengaduan atau komplain dari pelanggan menunjukkan bahwa pelayanan PT.POS harus diperbaiki, untuk mewujudkan kepuasan pelanggan diperlukan meningkatkan kualitas perusahaan melalui pemberian pelayanan jasa yang sesuai dengan pelayanan yang ada pada perusahaan. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “layanan apa yang diinginkan oleh pelanggan ?” serta “Bagaimana meningkatkan kualitas pelayanan jasa pengiriman paket di PT.POS ?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Mengetahui layanan yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan terhadap jasa pengiriman paket di PT.POS.
2. Merancang dan memberikan usulan peningkatan kualitas pelayanan yang tepat dan efektif yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan menggunakan metode QFD.

## B. Landasan Teori

Pengertian kualitas pelayanan jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan atau pengunjung. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan atau pengunjung dan persepsi masyarakat terhadap pelayanan tersebut. Nilai kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

### Dimensi pelayanan

Dimensi-dimensi dari kualitas pelayanan sebelumnya dibentuk ulang oleh Zeithmal dan Bitner (2006:116-119) dan mengemukakan lima dimensi dalam menentukan kualitas pelayanan, yaitu:

1. Reliability (reliabilitas), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.

2. Responsiveness (daya tanggap), yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan.
3. Assurance (jaminan), meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat.
4. Emphaty (empati), yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya.
5. Tangibles (bukti fisik), meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan front office, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.

### Quality Function Deployment (QFD)

Metodologi desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi yang bisa mengintegrasikan "suara pelanggan" ke dalam proses perancangan adalah metodologi Quality Function Deployment (QFD). QFD adalah metodologi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengantisipasi dan memprioritaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta memasukkan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam produk dan layanan yang diberikan kepada konsumen. QFD diperkenalkan oleh Yoji Aka, Profesor dari Teknik Manajemen Universitas Tamagawa, dikembangkan dari industri praktik dan pengalaman di Jepang. Pertama kali dikembangkan pada tahun 1972 oleh perusahaan Mitsubishi Kobe Shipyard, dan diadopsi oleh Toyota pada tahun 1978, dan Tahun-tahun berikutnya dikembangkan oleh perusahaan lain. QFD adalah sebuah metodologi untuk menerjemahkan kebutuhan dan keinginan pelanggan menjadi desain produk yang memiliki persyaratan teknis dan karakteristik kualitas tertentu.

Penerapan metodologi QFD dalam produk proses perancangan dimulai dengan pembentukan matriks atau sering disebut sebagai House of Quality (HOQ). Pada dasarnya HOQ adalah matriks yang tergabung dalam tahap pertama (product planning) yang berisi informasi tentang pelanggan dan kebutuhan potensinya, relatif kepentingan, serta persepsi dan pelanggan kepuasan dengan produk/jasa yang perusahaan memberikan perbandingan dengan pesaing lainnya. HOQ menunjukkan struktur untuk merancang dan membangun sebuah siklus, dan bentuknya menyerupai sebuah rumah Kunci dalam membangun HOQ difokuskan kebutuhan pelanggan, sehingga proses desain dan pengembangan lebih sesuai dengan apa yang diinginkan dan disesuaikan oleh pelanggan teknologi dan inovasi. Hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dari pelanggan Gambar 1 menunjukkan komponen dari tabel kualitas atau diagram HOQ.



**Gambar 1.** House Of Quality

Bagian A (Kebutuhan dan keinginan pelanggan): Berisi data informasi yang diperoleh dari hasil riset pasar pada PT kebutuhan dan keinginan konsumen.

Bagian B (Matriks Perencanaan): Memuat matriks perencanaan, dan disebut sebagai penargetan produk, berdasarkan tim interpretasi data riset pasar.

Bagian C (Technical Response): Berisi teknis persyaratan untuk produk atau layanan yang akan dikembangkan oleh perusahaan. Data ini diturunkan berdasarkan informasi yang diperoleh tentang kebutuhan dan keinginan konsumen (matriks A). Ada beberapa informasi yang didapat. Pada persyaratan teknis, alternatif yang paling umum adalah kebutuhan akan produk atau layanan Anda dan kemampuan dan fungsi produk atau layanan.

Bagian D (Hubungan): Berisi manajemen penilaian kekuatan hubungan antara unsur yang terkandung dalam persyaratan teknis (Matrix C) untuk kebutuhan konsumen (Matrix A) itu mempengaruhi. Kekuatan Hubungan itu ditunjukkan dengan penggunaan simbol tertentu.

Bagian E (Matriks Korelasi): Menunjukkan bahwa korelasinya antara persyaratan rekayasa dengan teknik lainnya persyaratan yang terkandung dalam matriks C.

Bagian F (Matrix Requirement): Berisi tiga jenis data, yaitu urutan kepentingan (rank) teknis persyaratan, persyaratan informasi kinerja hasil perbandingan, dan target kinerja teknis persyaratan produk baru sedang dikembangkan.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### Matriks Perencanaan Produk / Jasa

Desain Matriks perencanaan produk / jasa merupakan tahap pertama QFD dimana pada tahap ini termasuk kualitas proses penerjemahan karakteristik keinginan pelanggan PT.POS menjadi karakteristik teknik. Gambar 2 menunjukkan matriks perencanaan produk / jasa.

#### Matriks Perencanaan Komponen

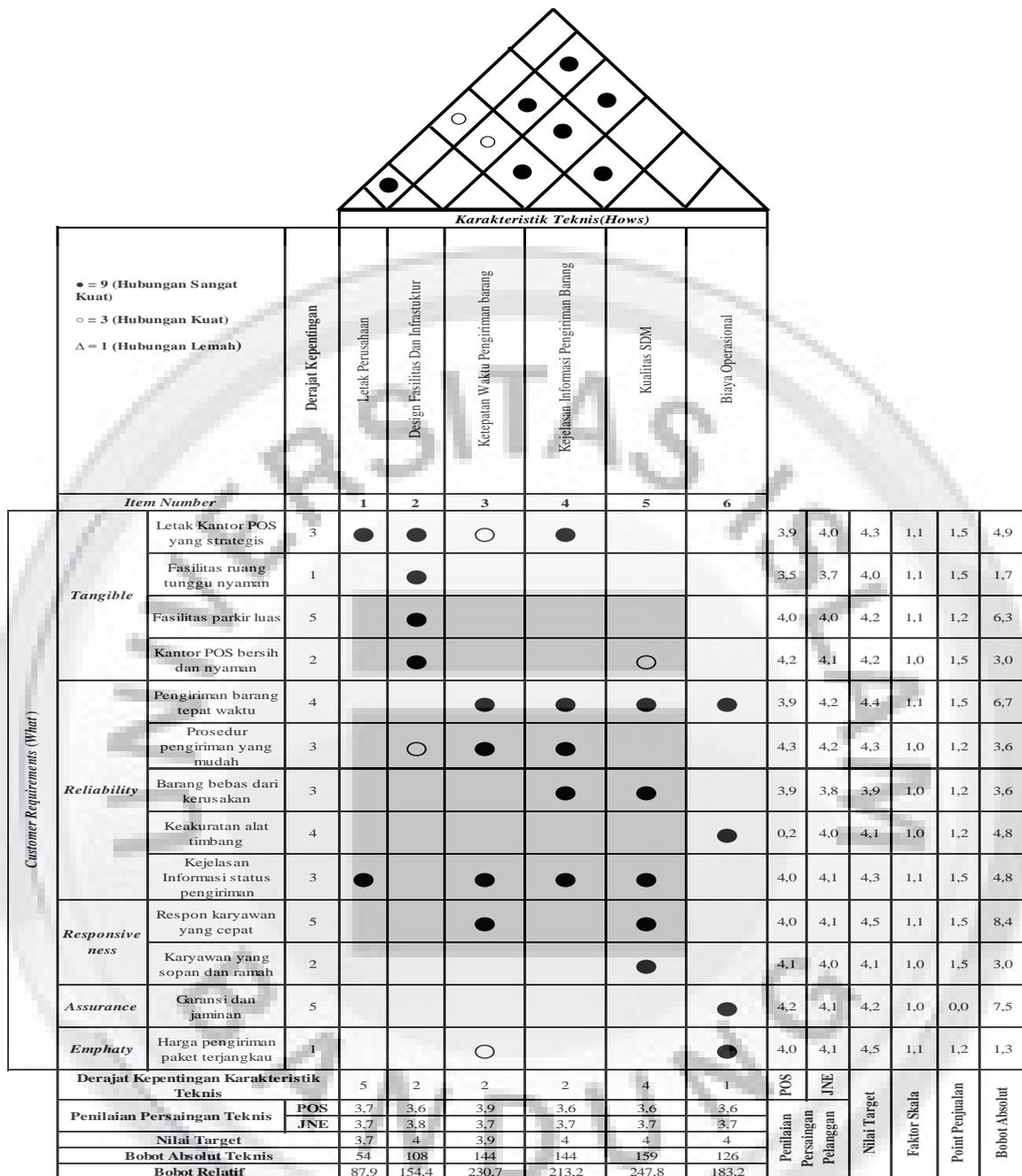
Dalam mengembangkan matrik perencanaan komponen, diperlukan beberapa tahapan untuk menunjang segala informasi yang dibutuhkan. Dari matrik perencanaan produk diketahui terdapat persyaratan teknis yang harus ditingkatkan, dengan ketentuan bahwa semakin tinggi tingkat absolut dan relatif yang mengidentifikasi bidang dimana upaya teknis perlu difokuskan. Gambar 3 menunjukkan layanan komponen perencanaan matriks

#### Matriks Perencanaan Proses

Pada tahap ini bentuk komponennya matriks baris dan kolom untuk membentuk karakteristik matriks. Setiap sel dari matriks menunjukkan potensi hubungan antara karakteristik komponen dengan karakteristik prosesnya. Karakteristik dari proses atau bisa disebut sebagai urutan pelayanan Proses di PT.POS diperoleh dengan observasi. Gambar 4 menunjukkan karakteristik Proses Perencanaan Matriks.

#### Matriks Perencanaan Produksi

Tahap ini merupakan tahap terakhir untuk mengidentifikasi tindakan alternatif yang dibutuhkan untuk memenuhi proses kritis fase sebelumnya. Pada tahap ini proses pembentukan matriks karakteristik baris dan kolom untuk membentuk matriks produksi karakteristik. Setiap sel dari matriks menunjukkan potensi hubungan antara karakteristik produksi karakteristik proses. Selain itu perlu untuk bisa untuk membuat matriks perencanaan produksi adalah menentukan kebutuhan perencanaan produksi. Gambar 5 menunjukkan matriks rencana produksi.



Gambar 2. Matriks Perencanaan Produk / Jasa

		Karakteristik Komponen (Hows)						
Karakteristik Teknis (What)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● = 9 (Hubungan Sangat Kuat)</li> <li>○ = 3 (Hubungan Kuat)</li> <li>△ = 1 (Hubungan Lemah)</li> </ul>	Bobot Relatif	Tempat Pelayanan Jasa	Bangunan	Standar Operasional Prosedure	Database	Pelatihan dan Kepribadian Karyawan	Spesifikasi Harga
	Kualitas SDM	247,8			●	○	●	
	Ketepatan Waktu Pengiriman	230,7			●		○	
	Kejelasan Pengiriman Barang	213,2				●		○
	Biaya Operasional	183,2	○					●
	Design Fasilitas dan Infrastruktur	154,4		●				
	Letak Perusahaan	87,9	●					
<b>Bobot Absolut Teknis</b>		1341	1389,6	4306,5	2662,2	2922,3	2288,4	

Gambar 3. Matriks Perencanaan Komponen

		Karakteristik Proses (Hows)															
Karakteristik Komponen (What)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● = 9 (Hubungan Sangat Kuat)</li> <li>○ = 3 (Hubungan Kuat)</li> <li>△ = 1 (Hubungan Lemah)</li> </ul>	Bobot Relatif	Pelanggan datang langsung ke POS terdekat	Pelanggan menuju ke bagian customer service	Customer service menginput data pelanggan yang akan mengirim barang	Pelanggan memberikan barang untuk dikirim	Pegawai customer service menimbang barang dan memberikan tanda pengiriman	Pegawai customer service memberitahu biaya pengiriman	Pelanggan membayar ke customer service	Pegawai CS memberikan bukti pembayaran	Pelanggan meninggalkan kantor POS	Pegawai gudang mengambil barang pelanggan	Pegawai gudang membawa barang ke gudang	Pegawai mengepack barang yang akan dikirimkan	Pegawai gudang mengirimkan barang menggunakan media ( jalur darat, laut, atau udara) ke pusat / cabang yang dituju	Kurir mengantarkan barang ke alamat penerima	Pelanggan penerima mendatangi bukti pengiriman
	Standar Operasional Prosedur	4306,5					●						●	●	●	●	○
	Pelatihan dan Kepribadian Karyawan	2922,3					●					●	●	●	○	●	
	Database	2662,2		●	△		●	○	○						○		
	Spesifikasi Harga	2288,4					●										
	Bangunan	1389,6	●														
	Tempat Pelayanan	1340,7	●	●							△		●		○		
<b>Bobot Absolut Teknis</b>		12066,3	24572,7	23959,8	2662,2	65059,2	44555,4	7986,6	7986,6	1340,7	26300,7	77125,5	65059,2	59534,1	65059,2	12919,5	

Gambar 4. Matriks Perencanaan Proses

		Karakteristik Rencana Produksi (Hows)					
		<i>Bobot Relatif</i>	Fasilitas Kantor POS Tersedia	Biaya Operasional Kantor POS	Kompetensi Pegawai Kantor POS dan Kurir	Pengoptimalan Teknologi dicabang Maupun Pusat	Banyaknya Armada
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● = 9 (Hubungan Sangat Kuat)</li> <li>○ = 3 (Hubungan Kuat)</li> <li>△ = 1 (Hubungan Lemah)</li> </ul>						
Karakteristik Proses (What)	Pegawai gudang membawa barang ke gudang	77125,5	○		○		
	Pegawai Customer Service menimbang barang yang dikirimkan dan memberikan tanda pengirim	65059,2	○	○	○	○	
	Pegawai barang mengepack barang	65059,2	△		●	△	
	Kurir mengantarkan barang ke alamat penerima	65059,2			●		●
	Pegawai gudang mengirimkan barang menggunakan media (Jalur darat, laut, udara) ke pusat/Cabang yang dituju	59534,1				△	●
	Pegawai Customer Service memberitahu biaya pengiriman	44555,4		●			
	Pegawai gudang mengambil barang pelanggan	26300,7			○		
	Pelanggan Menuju ke bagian Customer Service	24572,7	●				
	Customer Service menginput data pelanggan yang akan dikirim	23959,8			●		
	Pelanggan penerima mendatangi bukti pengiriman	12919,5	△				
	Pelanggan datang langsung ke POS terdekat	12066,3					●
	Pelanggan Membayar ke Customer Service	7986,6		●			
	Pegawai CS memberikan bukti pembayaran	7986,6		△			
	Pelanggan memberikan barang untuk dikirim	2662,2			△		
	Pelanggan meninggalkan jasa kantor POS	1340,7					△
	<b>Bobot Absolut Teknis</b>	725687,1	676042,2	1894822,2	319770,9	1121339,7	109937,4

Gambar 5. Matriks Perencanaan Produksi

### Usulan Perancangan Kualitas Pelayanan berdasarkan Hubungan Paling Kuat

Berdasarkan hasil dari empat fase QFD (Quality Function Deployment), untuk mendapatkan beberapa desain atau perbaikan yang dapat dikembangkan dan diterapkan adalah :

Tabel 5. 1 Usulan Prioritas Perbaikan Kualitas Pelayanan

Usulan prioritas hubungan paling kuat	Rekomendasi perbaikan PT.POS Bandung	Ditunjukkan ke-
Kemampuan karyawan melayani pelanggan dengan baik	Mengadakan pelatihan karyawan 5 tahun sekali dengan mempertimbangkan aspek finansial perusahaan sebelumnya	Semua karyawan dan kurir bagian pelayanan dan pengiriman paket terutama yang berada di PT.POS Bandung JL.Banda
Perbaikan fasilitas area PT.POS Bandung JL.Banda	Memperbaiki fasilitas ruang pelayanan, seperti fasilitas nomor antrian terletak di dekat pintu masuk sehingga terlihat langsung saat pelanggan memasuki ruangan, tempat duduk	Manajer <i>service</i> dan <i>staff service</i>

	yang didesain dengan nyaman, adanya papan informasi dengan isi yang jelas dan mudah dipahami oleh pelanggan, menjaga fasilitas kebersihan toilet dan menjaga keharuman ruang tunggu.	
--	--	--

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Layanan yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan adalah fasilitas ruang tunggu nyaman, fasilitas parkir luas, kantor POS bersih dan nyaman, letak kantor pos yang strategis (*Tangible*), harga pengiriman barang terjangkau (*Emphaty*), pengiriman barang tepat waktu, prosedur pengiriman yang mudah, barang bebas dari kerusakan, keakuratan alat timbang, kejelasan informasi status pengiriman (*Reliability*), respon karyawan yang cepat, karyawan yang sopan dan ramah (*Responsiveness*), garansi dan jaminan barang (*Assurance*).
2. Dengan melihat hasil 4 fase QFD (*Quality Function Deployment*), dapat ditentukan bahwa alternatif untuk peningkatan kualitas pelayanan pengiriman paket di POS ada pada pelayan kompetensi pelayan/pegawai, melakukan perbaikan fasilitas, perbaikan tata letak ruang pelayanan, merancang kualitas menu pengiriman paket.

#### Daftar Pustaka

- Anggraini, Arinda Putri. 2015. Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode *Quality Function Deployment* di Pos Besar Bandung, (Skripsi). Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Bandung, Bandung.
- Anwar, Aviasti., Mulyati, Dewi Shofi., Amelia, Wenny. 2013. “*Application Quality Function Deployment to Improve the Quality of Services in Ngodoe Cafe*”. *International Journal of Innovation, Management and Technology*. Vol. 4. No. 6.
- Cohen L, 1995. *Quality Function Deployment : How To Make QFD Work For You*, Massachusset. Addison-Wesley Publishing Company.
- Gasperz, Vincent, Dr. 2001. Metode Analisis Untuk Peningkatan Kualitas, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Nasution, M.N. 2004. Manajemen Jasa Terpadu (*Total Service Management*), Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ratminto & Winarsih, A. S. 2005. Manajemen pelayanan: Pengembangan model konseptual, penerapan *citizen's character* dan standar pelayanan minimal. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Singarimbun, M., Effendi, S. 1989. “Metode Penelitian Survey”, Jakarta.
- Sugiyono, 2012. “Memahami Penelitian Kualitatif”, Bandung : ALFABETA.
- Team Asisten Laboratorium Manajemen Kualitas., 2013, Modul Praktikum Manajemen Kualitas, Laboratorium Manajemen Kualitas Program Studi Teknik Industri Unisba, Bandung.
- Tjiptono. F dan Candra., 2005. *Service Quality and Satisfaction*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Zeithaml dan Bitner., 2006. *Service Marketing*. NewYork : McGraw Hill, *International Edition*.