

Analisis Pengendalian Kualitas Pelayanan dengan Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* (QFD) pada Rumah Makan Bancakan di Kota Bandung

¹Yurizka Milantari, ²Tasya Aspiranti, ³Nining Koesdiningsih

^{1,2,3}*Prodi Manajemen, Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*

e-mail: 1yrmilantari@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* pada Rumah Makan Bancakan. 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 penelitian yang dilakukan untuk mengetahui variabel mandiri, baik satu atau lebih tanpa membuat atau membandingkan variabel lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan Rumah Makan Bancakan memiliki keunggulan dibandingkan pesaingnya. Hal ini dapat dilihat dari *Total House Quality* dengan nilai tertinggi sebesar 436 yaitu pada perusahaan mengingatkan para pegawai untuk selalu menjaga kebersihan. Hal-hal yang mendukung pada perusahaan mengingatkan para pegawai untuk selalu menjaga kebersihan adalah perusahaan memiliki tim piket, kebersihan makanan dan peralatannya terjaga, petugas kebersihan rutin melakukan pengecekan kebersihan mushola, menyediakan beberapa tempat sampah, petugas kebersihan rutin melakukan pengecekan fasilitas dan kebersihan toilet.

Kata kunci: Metode *Quality Function Deployment* dan Pengendalian Kualitas Pelayanan

A. Pendahuluan

Semakin meningkatnya kebutuhan konsumen terhadap pelayanan jasa menyebabkan perusahaan dituntut memberikan pelayanan yang terbaik. Berbagai upaya yang dilakukan oleh perusahaan demi memenuhi kebutuhan konsumen. Meningkatkan kualitas pelayanan untuk memuaskan pelanggan merupakan salah satu hal yang menjadi tujuan bagi setiap perusahaan. Oleh karena itu tingkat kualitas sistem pelayanan industri khususnya jasa harus ditingkatkan. Salah satu cara yang dapat ditempuh adalah dengan berusaha untuk mengetahui dan memahami persepsi pelanggan terhadap sistem pelayanan yang diberikan. Dengan demikian pihak penyedia jasa dapat memperbaiki sistem pelayanannya dan berdasarkan pengetahuan tentang karakteristik pelanggan, maka dapat dirancang dan dikembangkan sistem pelayanan yang baik.

Restoran menjadi salah satu bisnis yang mengedepankan kualitas pelayanannya untuk menarik pelanggan. Kini banyak bermunculan Restoran yang unik yang menyajikan berbagai macam menu masakan yang inovatif. Restoran juga memberikan kenyamanan dan memanjakan konsumennya dengan menyajikan berbagai macam pelayanan yang unik. Persaingan dalam bisnis restoran pun tidak dapat terhindarkan dimana makin banyak bermunculan restoran lain yang siap bersaing. Sebuah restoran akan bertahan jika makanan yang disajikannya lezat, memiliki kualitas pelayanan yang baik dan memiliki konsep yang berbeda dari restoran lainnya.

Rumah Makan Bancakan adalah salah satu restoran yang menyediakan menu masakan tradisional sebagai menu utama ini melakukan berbagai cara untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan restoran tersebut. Sehingga dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan menciptakan sebuah konsep yang berbeda dalam restorannya membuat Rumah

Makan Bancakan secara tidak langsung dapat menarik perhatian konsumen untuk mengkonsumsi produk dan menikmati pelayanan Rumah Makan Bancakan.

Tidak terlepas dari keunggulannya, Rumah Makan Bancakan masih mempunyai berbagai macam permasalahan yaitu seperti kurangnya fasilitas penunjang dan pelayanan yang kurang maksimal. Sebagaimana banyaknya pengunjung yang datang terutama jam-jam makan siang sehingga perlu memberikan pelayanan ekstra untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Peningkatan kualitas merupakan salah satu strategi bisnis yang ditekankan pada pemenuhan keinginan konsumen. Di sisi lain, kinerja perusahaan dan kepuasan konsumen merupakan kesatuan yang sulit dipisahkan. Kinerja berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, suatu bisnis diharapkan dapat meningkatkan kinerjanya.

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui:

1. Prioritas kualitas pelayanan jasa yang diinginkan konsumen.
2. Teknik pelayanan yang dilakukan dalam memenuhi keinginan konsumen.
3. Keterkaitan hubungan antara keinginan konsumen dengan teknik pelayanan yang dilakukan Rumah Makan Bancakan untuk memenuhi keinginan konsumen.
4. Keterkaitan hubungan antara berbagai teknik pelayanan yang dilakukan Rumah Makan Bancakan untuk memenuhi keinginan konsumen.

B. Landasan Teori

Istilah manajemen, terjemahannya dalam bahasa Indonesia hingga saat ini belum ada keseragaman. Menurut Haiman dalam M. Manullang (2009:1) mengatakan bahwa manajemen adalah fungsi untuk mencapai sesuatu melalui kegiatan orang lain dan mengawasi usaha-usaha individu untuk mencapai tujuan bersama. Fungsi pokok didalam manajemen adalah keuangan, personalia, pemasaran, dan produksi. Manajemen juga merupakan bekerja dengan orang-orang untuk menentukan, menginterpretasikan, dan mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan pelaksanaan fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, penyusunan personalia, pengarahan, kepemimpinan, dan pengawasan.

Manajemen operasi merupakan salah satu dari bidang fungsi bisnis yang berhubungan dengan kegiatan proses pengambilan keputusan dalam penetapan upaya pengaturan penggunaan sumber-sumber daya dari kegiatan produksi untuk mencapai tujuan organisasi. Manajemen operasi merupakan kegiatan untuk mengatur atau mengelola secara optimal atau manajemen pengolahan sumber daya dalam proses mentransformasikan input menjadi output. Salah satu dari ruang lingkup manajemen operasi yaitu mengenai pengendalian kualitas dimana kualitas merupakan keseluruhan ciri atau karakteristik produk atau jasa dalam tujuannya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Untuk itu maka perusahaan harus memperhatikan mengenai kualitas ini dengan penerapannya didalam manajemen perusahaan sehingga manajemen kualitas mempunyai makna tertentu dalam sektor bisnis. Kualitas telah menjadi harapan dan impian bagi semua orang baik konsumen maupun produsen. Kualitas yang baik yang menjadi harapan para konsumen.

Kualitas juga dapat didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat (Kotler, 2007: 180). Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik (Lukman 2000:6). Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada

pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Mengacu pada pengertian kualitas pelayanan tersebut maka konsep kualitas pelayanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Penggunaan QFD dapat menspesifikasikan secara jernih keinginan dan kebutuhan pelanggan mengenai produk, dan kapabilitas jasa yang ditawarkan secara sistematis. Sedangkan menurut menurut Heizer dan Render (2011:248) Quality Function Deployment (QFD) adalah sebuah proses menetapkan permintaan pelanggan (keinginan pelanggan) dan menterjemahkan keinginan pelanggan ke dalam atribut (cara) yang dapat dipahami dan dilaksanakan oleh setiap fungsional.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada penelitian ini digunakan instrument penelitian berupa kuesioner untuk mendapatkan penilaian Konsumen Rumah Makan Bancakan terhadap atribut-atribut kebutuhan konsumen Rumah Makan Bancakan. Kuesioner tersebut terbagi 2 bagian yang terdiri dari penilaian tentang tingkat kepentingan konsumen dan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Bancakan. Total responden yang melakukan pengisian kuesioner ini adalah 60 responden. Jenis data pada data umum responden ini dibagi kedalam beberapa kategori yaitu kategori berdasarkan jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Berikut adalah data umum responden berdasarkan hasil penelitian.

Jenis Data	Kategori	Jumlah	Total	Presentase
Jenis Kelamin	Pria	29	60	48%
	Wanita	31		52%
Usia	<20 tahun	15	60	25%
	20-30 tahun	23		38%
	31-40 tahun	19		32%
	41-50 tahun	3		5%
	>51 tahun	0		0%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	11	60	18%
	PNS	19		32%
	Karyawan swasta	6		10%
	Wirasasta	11		18%
	Lainnya	10		17%

Sumber: Data diolah tahun 2015

Berdasarkan data umum responden pada tabel 4.1 diatas dapat dianalisis bahwa konsumen Rumah Makan Bancakan didominasi oleh konsumen wanita sebesar 52% dibandingkan pria yang hanya 48%. Lalu berdasarkan kategori usia didominasi oleh rentang usia 21-30 tahun sebesar 38%, dan rentang usia 31-40 tahun sebesar 32%, untuk usia kurang dari 20 tahun sebesar 25% dan rentang usia 41-50 tahun.

Selanjutnya data responden berdasarkan kategori pekerjaan didominasi oleh kalangan PNS sebesar 32% lalu kalangan pelajar/mahasiswa dan wiraswasta masing-masing sebesar 11%, untuk kategori pekerjaan lainnya sebesar 17% dan kalangan karyawan swasta sebesar 10%. Dari uraian data diatas maka dapat disimpulkan bahwa kriteria pengunjung Rumah Makan Bancakan yang paling dominan yaitu berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia 20-30 tahun yang sebagian besar bekerja sebagai PNS.

Pada gambar 4.4 dibawah ini merupakan penggabungan dari penjelasan mengenai analisis di atas sehingga diperoleh rumah kualitas yang utuh.



Sumber: Data diolah tahun 2015

Gambar 4.4 Total House Of Quality

Berdasarkan pada gambar 4.4 di atas maka penjelasan mengenai Total House Of Quality dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Bagian A mengetahui keinginan konsumen
 Dari hasil penelitian diketahui bahwa keinginan konsumen terhadap pelayanan Rumah Makan Bancakan yang terdiri dari 20 vitur kualitas pelayanan. diantaranya yaitu: Respon terhadap pelanggan, halal, lokasi strategis, variasi menu, cita rasa, keramahan pramusaji, harga, toilet, parkir, kecepatan transaksi, kebersihan, penyajian menu, ke higienisan makanan, menu, wastafel, tempat sampah, mushola, kipas angin, live music, toko oleh-oleh.
2. Bagian B upaya operasional perusahaan untuk memenuhi keinginan konsumen terhadap prioritas pelayanan Rumah Makan Bancakan. Dari hasil penelitian diketahui bahwa terdapat 28 upaya-upaya serta langkah-langkah yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi keinginan yang diprioritaskan oleh konsumen terhadap pelayanan Rumah Makan Bancakan. diantaranya yaitu : perusahaan mengadakan evaluasi untuk membahas mengenai keluhan pelanggan, bahan makanan yang digunakan halal, bahan makanan dan minuman yang digunakan aman untuk dikonsumsi, lokasi berada di tengah kota dan mudah dijangkau, lokasi dilalui kendaraan umum, perusahaan menjalin kerjasama dengan pedagang tradisional, banyaknya jumlah menu yang disediakan, perusahaan mengunggulkan cita rasa khas tradisional, pramusaji berseragam rapi, pramusaji bersikap ramah, sopan dan komunikatif, perusahaan menentukan harga dengan mengikuti harga pasar di masyarakat, petugas kebersihan memastikan fasilitas toilet dalam kondisi baik, menyediakan security dan penjaga parkir, keamanan parkir terjaga, kasir yang responsive, cepat dan teliti, perusahaan memiliki tim

piket untuk membersihkan area rumah makan, perusahaan mengingatkan para pegawai untuk selalu menjaga kebersihan, menyediakan aneka jajanan tradisional, peralatan makan dan minum menggunakan peralatan tradisional, perusahaan mempertahankan menu-menu tradisional, kebersihan makanan dan peralatannya terjaga, petugas kebersihan secara rutin melakukan pengecekan fungsi dan kebersihan wastafel, menyediakan beberapa tempat sampah, petugas kebersihan secara rutin menjaga kebersihan tempat sampah, petugas kebersihan secara rutin melakukan pengecekan peralatan dan kebersihan mushola, petugas kebersihan secara rutin melakukan pengecekan fungsi dan kebersihan kipas angin, perusahaan menampilkan pertunjukan alat musik tradisional setiap akhir pekan, menyediakan oleh-oleh khas tradisional.

3. Bagian C hubungan antara kualitas pelayanan yang diinginkan konsumen dengan karakteristik upaya operasional perusahaan.
Dari hasil penelitian diketahui bahwa adanya hubungan atau interaksi antara kualitas pelayanan jasa yang diinginkan konsumen dengan karakteristik upaya operasional perusahaan. Hubungan yang memperoleh nilai terbanyak yaitu padaperusahaan mengingatkan para pegawai untuk selalu menjaga kebersihan, bahan makan yang digunakan halal, bahan makan dan minuman aman untuk dikonsumsi. Sedangkan hubungan yang memperoleh nilai paling sedikit yaitu pada perusahaan menyediakan toko oleh-oleh khas tradisional.
4. Bagian D kolerasi antara sesama upaya operasional perusahaan.
Dari hasil penelitian diketahui bahwa adanya hubungan atau kolerasi antara sesama upaya oprasional perusahaan, adapun hasilnya yaitu upaya operasional perusahaan yang memiliki nilai interaksi terbanyak yaitu perusahaan mengingatkan para pegawai untuk selalu menjaga kebersihan, dan yang paling sedikit yaitu bahan makanan yang digunakan halal, bahan makan dan minum yang digunakan aman unutm dikonsumsi, lokasi berada ditengah kota dan mudah dijangkau, lokasi dilalui kendaraan umum, perusahaan menjalin kerjasama dengan pedagang tradisional, banyaknya jumlah menu yang disediakan, pramusaji yang berseragam rapi, keamanan parkir terjaga, menyediakan security dan penjaga parkir, perusahaan menampilkan pertunjukan alat muasik tradisional setiap akhir pekan, perusahaan menyediakan toko oleh-oleh khas tradisional.
5. Bagian E upaya operasional perusahaan yang harus diprioritaskan.
Hasil dari upaya operasional perusahaan yang harus diprioritaskan agar dapat memenuhi keinginan konsumen terhadap layanan Rumah Makan Bancakan yaitu perusahaan mengingatkan para pegawai untuk selalu menjaga kebersihan.
6. Bagian F matrix perencanaan .
Dari hasil penelitian diketahui bahwa matrix perencanaan ini berisi tentang urutan prioritas apa saja yang dilakukan oleh perusahaan Rumah Makan "X" maupun pesaingnya (Rumah Makan "Y") terhadap keinginan konsumen atau fitur kualitas pelayanan yang diprioritaskan oleh konsumen. selain itu terdapat deviasi yaitu nilai dari peringkat prioritas keinginan konsumen dikurangi dengan peringkat prioritas keinginan perusahaan yang mana hasil dari deviasi ini untuk mengetahui perusahaan mana yang dapat memenuhi keinginan konsumen dilihat dari nilai jumlah deviasi yang kecil, maka diperoleh hasil bahwa Rumah Makan "X" memperoleh jumlah deviasi sebesar 119 dan Rumah Makan "Y" memperoleh jumlah deviasi sebesar 123. Maka Rumah Makan "X" lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil Rumah kualitas dan perbandingan kualitas antara Rumah Makan Bancakan dan pesaingnya berdasarkan jumlah nilai deviasi dapat disimpulkan bahwa Rumah Makan Bancakan lebih unggul daripada pesaingnya, ini terlihat dari jumlah nilai deviasi yang kecil, jumlah nilai deviasi yang kecil yaitu Rumah Makan Bancakan dengan jumlah deviasi sebesar 119. Sedangkan Rumah Makan pesaing jumlah deviasi sebesar 123. Ini menandakan bahwa Rumah Makan Bancakan telah memenuhi keinginan dari kualitas produk yang diprioritaskan oleh konsumen.

E. Saran

Perusahaan harus lebih meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen untuk terus memberikan kualitas terbaik pada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Heizer, Jay dan Barry Render. 2005. *Operations Management*. Jakarta: Salemba Empat
- Herjanto, Eddy. 2003. *Manajemen Operasi*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana
- H.B. Sutopo. 2006. *Penelitian Kualitatif : Dasar Teori dan Terapannya Dalam Penelitian*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret. Ibrahim & Nana Syodih
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Analisa perencanaan, Implementasi dan control*, Edisi Kesembilan, Jilid 1 dan jilid 2, Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian*. Prantice Hall. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Prehallindo.
- M. Manulang. 2009. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Galia Indonesia.
- Nasution, M.N. 2005. *Total Quality Management*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nasution, M.N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Purnama, Nursya'bani. 2006. *Manajemen Kualitas: Perspektif Global*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.