

UPAYA PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PELANGGAN DENGAN INTEGRASI *SERVICE QUALITY* (SERVQUAL) DAN *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD)

IMPROVING CUSTOMER SERVICE QUALITY WITH INTEGRATION *SERVICE QUALITY* (SERVQUAL) AND *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD)

Allan Hardhika Halim¹⁾, Nasir Widha Setyanto²⁾, Rahmi Yuniarti³⁾

Program Studi Teknik Industri, Universitas Brawijaya

Jl. Mayjen Haryono 167, Malang 65145, Indonesia

E-mail: allan_ti09@yahoo.com¹⁾, nazzyr_lin@ub.ac.id²⁾, rahmi_yuniarti@ub.ac.id³⁾

Abstrak

Intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut setiap perusahaan termasuk Swalayan KPRI UB untuk selalu memperhatikan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan. Tujuan dari metode servqual, IPA, dan QFD dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi dan harapan pelanggan, memperoleh atribut yang masuk dalam kategori kritis, serta rekomendasi yang dapat diberikan untuk memperbaiki kualitas pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan atribut pada dimensi tangible, yaitu pencahayaan ruangan swalayan yang terang memiliki nilai persepsi 2,57 dan tingkat harapan 4,17 sehingga atribut tersebut memiliki nilai gap negatif terbesar, yaitu -1,6, berdasarkan analisis metode IPA terdapat 8 atribut kualitas pelayanan yang masuk dalam kategori kritis dan harus diperbaiki. Rekomendasi berdasarkan prioritas utama yang perlu ditingkatkan dan dikembangkan terlebih dahulu berdasarkan metode QFD adalah pendayagunaan lampu yang tersedia di swalayan, melakukan re-layout tata letak ruangan swalayan, dan peningkatan daya listrik di KPRI UB, hal tersebut dilakukan terlebih dahulu karena pada atribut pencahayaan ruangan swalayan yang terang memiliki nilai normalized raw weight tertinggi berdasarkan analisis QFD yaitu sebesar 0,1352 atau 13,52% dari keseluruhan nilai normalized raw weight pada house of quality.

Kata kunci: *Service Quality, Importance Performance Analysis, Quality Function Deployment.*

1. Pendahuluan

Salah satu kewajiban pengurus kepada anggota koperasi yang harus dilaksanakan adalah membuat dan menyampaikan kepada anggota laporan perkembangan koperasi yang sekurang-kurangnya dilaksanakan satu kali dalam satu tahun pada Rapat Anggota Tahunan (RAT). Kewajiban tersebut sekaligus pertanggungjawaban pengurus sesuai dengan pasal 30 Ayat 1 Undang-Undang Republik Indonesia nomor 25 tahun 1992. Salah satu pokok bahasan yang dibahas pada RAT adalah tentang kualitas pelayanan KPRI UB terhadap pelanggan. Hal tersebut merupakan upaya KPRI UB dalam pemenuhan harapan dan kepuasan pelanggan swalayan. Dalam RAT KPRI UB 2010 dan 2011 terdapat keluhan mengenai kualitas pelayanan Swalayan KPRI UB yang dikemukakan dalam rapat tersebut.

Dalam penelitian ini, metode *Servqual* (Tjiptono, 2008) merupakan suatu metode untuk mengukur tingkat persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang mereka rasakan dan mereka harapkan. Ada lima atribut dimensi kualitas pelayanan, yaitu *Tangible*,

Reliability, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty* yang akan digunakan dalam pembuatan kuisisioner, skala penilaian yang digunakan untuk menilai tingkat persepsi dan tingkat harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Swalayan KPRI UB ditentukan menggunakan skala *likert* yang merupakan skala yang berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu yang dinyatakan dalam skala ordinal (Kinneer dalam Umar, 2005). *Output* kuisisioner berdasarkan metode *Servqual* nantinya akan dihitung nilai Gap 5 yang digunakan untuk mengetahui nilai selisih antara tingkat persepsi dan tingkat harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan. Selanjutnya nilai dari tingkat persepsi dan tingkat harapan pelanggan berdasarkan kuisisioner berdimensi *servqual* akan diinterpolasikan untuk mengkonversikan tingkat persepsi dan tingkat harapan menjadi tingkat kepentingan pelanggan. Sedangkan rata-rata tingkat persepsi dan tingkat kepentingan pelanggan selanjutnya akan digunakan untuk analisis menggunakan metode *Importance*

Performance Analysis (IPA) yang merupakan suatu alat untuk mengukur hubungan antara prioritas peningkatan kualitas produk atau jasa yang dikenal dengan *quadrant analysis* yang memiliki empat kuadran yaitu: *concentrate here, keep up the good work, low priority, dan possible overkill* (Martilla and James, 1977).

Atribut yang ada pada kuadran *concentrate here* pada metode IPA nantinya akan digunakan sebagai *voice of customer* pada matriks kebutuhan pelanggan pada *house of quality* yang merupakan alat dari metode QFD. Sedangkan metode QFD (Cohen, 1995) merupakan metode terstruktur yang digunakan dalam proses perencanaan dan pengembangan produk untuk menetapkan spesifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta mengevaluasi secara sistematis kapabilitas suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Tingkat kepentingan, persepsi, dan harapan pelanggan yang berdasarkan dimensi *Servqual* digunakan sebagai penentuan prioritas dalam matriks kebutuhan pelanggan.

2. Metode Penelitian

2.1 Analisis Gap

Menurut Zeithaml, dkk (1990), terdapat lima kesenjangan/gap yang mungkin terjadi pada layanan yang diberikan oleh pemberi jasa kepada pelanggan. Pada penelitian kali ini penulis hanya membahas pada gap 5 saja.

$$\text{Gap 5} = \text{Persepsi} - \text{Harapan} \quad (\text{pers.1})$$

2.2 Interpolasi Gap 5 Menjadi Tingkat Kepentingan

Apabila persepsi lebih kecil daripada harapan, maka Gap akan bernilai negatif dan ini menunjukkan atribut tersebut penting untuk diperbaiki. Namun sebaliknya apabila persepsi lebih besar daripada harapan, maka Gap akan bernilai positif dan ini menunjukkan atribut tidak penting untuk diperbaiki. Nilai negatif terbesar dari Gap diperoleh apabila nilai persepsi minimal yaitu bernilai 1 dan nilai harapan maksimal yaitu bernilai 5, sehingga nilai minimal dari Gap adalah $(1-5) = -4$, dan ini menunjukkan atribut penting untuk diperbaiki. Nilai positif terbesar dari Gap diperoleh apabila nilai persepsi maksimal yaitu bernilai 5 dan nilai harapan minimal yaitu bernilai 1, Sehingga nilai maksimal dari Gap adalah $(5-1) = 4$ dan ini menunjukkan atribut tidak penting untuk diperbaiki. Apabila nilai

Gap dikonversikan menjadi tingkat kepentingan dengan skala 1 untuk menunjukkan sangat tidak penting dan skala 5 untuk menunjukkan sangat penting, maka dapat mempergunakan interpolasi seperti persamaan 4.1

$$\text{Kepentingan} = 1 + \frac{\text{GAP} - (-4)}{((4) - (-4))} * (5 - 1) \quad (\text{pers. 2})$$

2.3 Quality Function Deployment (QFD)

Cohen(1995)mendefinisikan *Quality Function Deployment* adalah metode terstruktur yang digunakan dalam proses perencanaan dan pengembangan produk untuk menetapkan spesifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta mengevaluasi secara sistematis kapabilitas suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

2.4 House of Quality

Dalam penggunaan ada beberapa matriks, salah satunya yaitu *House of Quality*, karena bentuknya menyerupai rumah, antara lain:

1. *Voice of Customer* (A), merupakan sebuah daftar dari keinginan pelanggan yang didapatkan dari survei secara kualitatif.
2. *Planning Matrix* (B), merupakan data kuantitatif yang mengindikasikan kepentingan dari *Voice of Customer* dan tingkat persepsi dan harapan pelanggan.
3. *Technical Response* (C) atau disebut *The Hows*, fungsinya untuk menjawab *Voice of Customer* (*The Whats*) yang dikembangkan dalam bahasa teknis perusahaan, sehingga menjadi persyaratan yang dapat diukur dan dilaksanakan.
4. *Relationship* (D), merupakan penilaian kekuatan korelasi antar tiap elemen dari respon teknis yang ada pada *The Hows* (C) dengan setiap keinginan dan kebutuhan pelanggan yang ada pada *The Whats* (A). Dalam pengisian korelasi terdapat simbol yang umum digunakan seperti yang terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Simbol *Relationship* pada HoQ

<i>Relationships Symbol</i>	<i>Value</i>
Strong	●
Moderate	○
Weak	▽
None	0

5. *Technical Correlation* (E) merupakan korelasi teknis yang berisi penilaian hubungan antar respon teknis yang disebut hubungan dan saling ketergantungan antara

respon teknis tertentu. Simbol yang digunakan tersaji pada Tabel 2.

Tabel 2. *Technical Correlation* pada HoQ

Simbol	Keterangan
+	Ada hubungan positif antara dua respon teknis
-	Ada hubungan negatif antara dua respon teknis
<blank>	Tidak ada hubungan antara dua respon teknis

6. *Technical Matrix* (F), berisi target kinerja teknisi.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Penyusunan Kuisisioner

Kuisisioner dibuat berdasarkan pada kebutuhan pelanggan, yang diklasifikasikan ke dalam lima dimensi *Service Quality* yaitu *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty* seperti yang disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Klasifikasi Pertanyaan Menurut Dimensi *Service Quality*

Dimensi	No	Atribut
<i>Tangible</i>	1	Suhu ruangan swalayan yang nyaman
	2	Sirkulasi udara di dalam swalayan yang nyaman
	3	Ruangan swalayan yang bersih
	4	Tata letak ruangan swalayan teratur
	5	Pencahayaan ruangan swalayan yang terang
	6	Tersedianya toilet untuk pelg
<i>Tangible</i>	7	Area parkir yang bersih
	8	Penataan produk yang rapi
	9	Petunjuk lokasi produk jelas
	10	Terdapat label harga produk pada masing-masing produk
	11	Tersedianya keranjang belanja yang mencukupi
	12	Tersedianya kereta dorong yang mencukupi
	13	Jumlah kasir yang mencukupi
	14	Pakaian petugas yang rapi

	15	Produk terjamin kualitasnya(tidak penyok, kotor, berkarat, terbuka kemasannya, kadaluarsa, rusak)
<i>Reliability</i>	16	Produk yang dijual lengkap
	17	Harga produk yang tercantum sesuai dengan harga di kasir
	18	Harga produk yang standar untuk swalayan sekelas/selevel
	19	Kejelasan menyampaikan informasi terkait dengan promosi yang dilakukan
	20	Kemampuan petugas kasir menghitung dengan teliti
<i>Responsiveness</i>	21	Pihak swalayan tanggap dengan cepat ketika menerima keluhan pelanggan
	22	Pelayanan kasir yang cepat, terutama jika pelanggan terlalu banyak
	23	Petugas mampu menjawab pertanyaan pelanggan mengenai produk yang tersedia
<i>Assurance</i>	24	Tempat parkir yang aman
	25	Keamanan berbelanja (tidak terjadi pencurian, pencopetan, pelecehan seksual, pemukulan, penipuan, dll)
	26	Jaminan penggantian produk jika ditemukan produk rusak/ cacat
<i>Emphaty</i>	27	Solusi yang diberikan pihak swalayan dalam menangani keluhan pelanggan memuaskan
	28	Keramahan petugas dalam memberikan pelayanan
	29	Kesediaan petugas swalayan untuk membantu pelanggan tanpa diminta

3.2 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah tiap instrument pertanyaan valid atau dapat mengukur apa yang akan diukur.

Tabel 4. Uji Validitas Persepsi

Atribut	R hitung	R tabel	status
1	0,472	0,361	valid
2	0,617	0,361	valid
3	0,558	0,361	valid
4	0,610	0,361	valid
5	0,718	0,361	valid
6	0,369	0,361	valid
7	0,606	0,361	valid
8	0,821	0,361	valid
9	0,648	0,361	valid
10	0,494	0,361	valid
11	0,759	0,361	valid
12	0,745	0,361	valid
13	0,631	0,361	valid
14	0,622	0,361	valid
15	0,598	0,361	valid
16	0,705	0,361	valid
17	0,659	0,361	valid
18	0,712	0,361	valid
19	0,762	0,361	valid
20	0,647	0,361	valid
21	0,833	0,361	valid
22	0,697	0,361	valid
23	0,804	0,361	valid
24	0,663	0,361	valid
25	0,723	0,361	valid
26	0,709	0,361	valid
27	0,811	0,361	valid
28	0,697	0,361	valid
29	0,675	0,361	valid

Dari Tabel 4. di atas setelah membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai $r_{tabel} = 0,361$, maka semua atribut pertanyaan pada tingkat persepsi dinyatakan valid, karena semua nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} .

Tabel 5. Uji Validitas Harapan

Atribut	R hitung	R tabel	status
1	0,532	0,361	valid
2	0,689	0,361	valid
3	0,653	0,361	valid
4	0,588	0,361	valid
5	0,663	0,361	valid
6	0,618	0,361	valid
7	0,642	0,361	valid
8	0,534	0,361	valid
9	0,610	0,361	valid
10	0,568	0,361	valid
11	0,573	0,361	valid
12	0,583	0,361	valid
13	0,320	0,361	tidak valid
14	0,097	0,361	tidak valid
15	0,393	0,361	valid
16	0,629	0,361	valid
17	0,688	0,361	valid

18	0,775	0,361	valid
19	0,348	0,361	tidak valid
20	0,452	0,361	valid
21	0,484	0,361	valid
22	0,607	0,361	valid
23	0,725	0,361	valid
24	0,117	0,361	tidak valid
25	0,340	0,361	tidak valid
26	0,411	0,361	valid
27	0,411	0,361	valid
28	0,464	0,361	valid
29	0,549	0,361	valid

Dari Tabel 5 di atas setelah membandingkan nilai r_{tabel} dengan nilai r_{hitung} pada setiap atribut pertanyaan, terdapat lima atribut yang nilainya di bawah 0,361 sehingga kelima atribut untuk tingkat harapan tersebut tidak valid dan dihilangkan.

3.3 Analisis Gap 5

Setelah dilakukan penyebaran kuisioner kepada 100 responden, kemudian dihitung nilai Gap 5. Berikut adalah Tabel 6 yang menunjukkan selisih (Gap 5) antara tingkat persepsi dan tingkat harapan:

Tabel 6. Data Nilai Gap 5 Kuisioner Pelayanan Swalayan KPRI UB

Atribut	Persepsi	Harapan	Gap 5
1	2,94	3,97	-1,03
2	3,01	4,02	-1,01
3	3,2	4,57	-1,37
4	2,68	4,23	-1,55
5	2,57	4,17	-1,6
6	2,54	3,83	-1,29
7	3,31	3,99	-0,68
8	3,12	4,42	-1,3
9	3,13	4,44	-1,31
10	3,16	4,56	-1,4
11	3,37	4,16	-0,79
12	3,2	4,02	-0,82
13	3,17	4,53	-1,36
14	2,84	4,18	-1,34
15	3,34	4,69	-1,35
16	3,15	4,48	-1,33
17	3,36	4,7	-1,34
18	2,95	4,31	-1,36
19	2,86	4,39	-1,53
20	3,24	4,54	-1,3
21	3,09	4,41	-1,32
22	2,79	4,24	-1,45
23	3,3	4,68	-1,38
24	2,8	4,29	-1,49

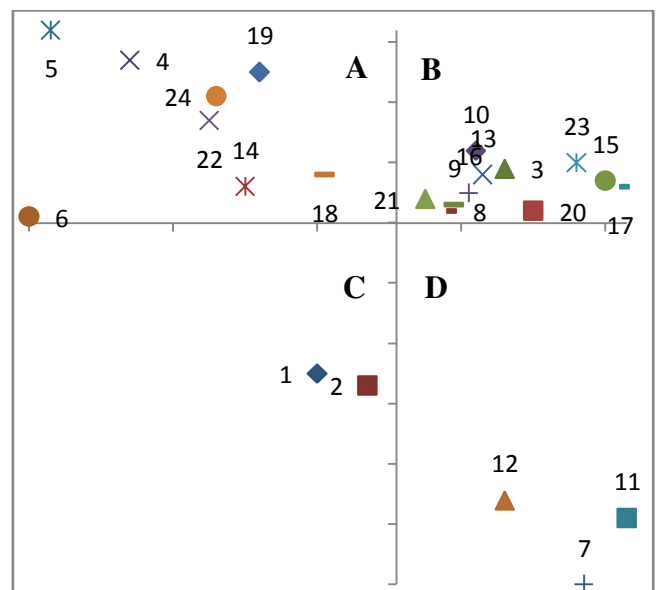
3.4 Interpolasi Gap 5 Menjadi Kepentingan

Setelah dilakukan analisis Gap 5 (persepsi-harapan) berdasarkan dimensi *Servqual*, maka langkah selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti adalah melakukan interpolasi untuk mengkonversikan tingkat persepsi dan tingkat harapan pelanggan menjadi tingkat kepentingan pelanggan. Hasil konversi Gap 5 menjadi tingkat kepentingan pelanggan dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Interpolasi Kepentingan

Atribut	Kepentingan
1	3,52
2	3,51
3	3,69
4	3,78
5	3,8
6	3,65
7	3,34
8	3,65
9	3,66
10	3,7
11	3,4
12	3,41
13	3,68
14	3,67
15	3,68
16	3,67
17	3,67
18	3,68
19	3,77
20	3,65
21	3,66
22	3,73
23	3,69
24	3,75

11	3,37	3,4
12	3,2	3,41
13	3,17	3,68
14	2,84	3,67
15	3,34	3,68
16	3,15	3,67
17	3,36	3,67
18	2,95	3,68
19	2,86	3,77
20	3,24	3,65
21	3,09	3,66
22	2,79	3,73
23	3,3	3,69
24	2,8	3,75
Total	73,1	87,4
Rata-rata	3,05	3,64



Gambar 1. Kuadran IPA

3.5 Importance Performance Analysis

Untuk mengetahui atribut yang dijadikan prioritas utama perbaikan, maka digunakan analisis menggunakan IPA dimana nantinya atribut pertanyaan akan diinterpretasikan ke dalam kuadran dua dimensi.

Tabel 8. Perhitungan *Centerline* x dan y

Atribut	Persepsi	Kepentingan
1	2,94	3,52
2	3,01	3,51
3	3,2	3,69
4	2,68	3,78
5	2,57	3,8
6	2,54	3,65
7	3,31	3,34
8	3,12	3,65
9	3,13	3,66
10	3,16	3,7

Pada Gambar 1 dapat dilihat atribut apa saja yang terletak pada masing-masing kategori, yaitu:

- Kuadran A *Concentrate Here*
Atribut pertanyaan yang masuk dalam kategori ini adalah:
 - Atribut 4 (Tata letak ruangan swalayan teratur)
 - Atribut 5 (Pencahayaannya ruangan swalayan yang terang)
 - Atribut 6 (Tersedianya toilet untuk pelanggan)
 - Atribut 14 (Produk yang dijual lengkap)
 - Atribut 18 (Pihak swalayan tanggap dengan cepat ketika menerima keluhan pelanggan)
 - Atribut 19 (Pelayanan kasir yang cepat, terutama jika pelanggan terlalu banyak)

- 7) Atribut 22 (Solusi yang diberikan pihak swalayan dalam menangani keluhan pelanggan memuaskan)
- 8) Atribut 24 (Kesediaan petugas swalayan untuk membantu pelanggan tanpa diminta)

Hal ini berarti kedelapan atribut tersebut merupakan prioritas utama untuk diperbaiki oleh pihak manajemen Swalayan KPRI UB.

b. Kuadran B *Keep Up The Good Work*

Atribut pertanyaan yang masuk dalam kategori ini adalah:

- 1) Atribut 3 (Ruangan swalayan yang bersih)
- 2) Atribut 8 (Penataan produk yang rapi)
- 3) Atribut 9 (Petunjuk lokasi produk jelas)
- 4) Atribut 10 (Terdapat label harga produk pada masing-masing produk)
- 5) Atribut 13 (Produk terjamin kualitasnya (tidak penyok, kotor, berkarat, terbuka kemasannya, kadaluarsa, rusak))
- 6) Atribut 15 (Harga produk yang tercantum sesuai dengan harga di kasir)
- 7) Atribut 16 (Harga produk yang standar untuk swalayan sekelas/selevel)
- 8) Atribut 17 (Kemampuan petugas kasir menghitung dengan teliti)
- 9) Atribut 20 (Petugas mampu menjawab pertanyaan pelanggan mengenai produk yang tersedia)
- 10) Atribut 21 (Jaminan penggantian produk, jika ditemukan produk rusak/cacat)
- 11) Atribut 23 (Keramahan petugas dalam memberikan pelayanan)

Hal ini berarti untuk kesebelas atribut diatas, pihak Swalayan KPRI UB telah memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan.

c. Kuadran C *Low Priority*

Atribut pertanyaan yang masuk dalam kategori ini adalah:

- 1) Atribut 1 (Suhu ruangan swalayan yang nyaman)
- 2) Atribut 2 (Sirkulasi udara di dalam swalayan yang nyaman)

Hal ini berarti kedua atribut yang berada pada kuadran ini memiliki tingkat persepsi yang rendah dan sekaligus dianggap tidak terlalu penting bagi pelanggan.

d. Kuadran D *Possible Overkill*

Atribut pertanyaan yang masuk dalam kategori ini adalah:

- 1) Atribut 7 (Area parkir yang bersih)
- 2) Atribut 11 (Tersedianya keranjang belanja yang mencukupi)
- 3) Atribut 12 (Tersedianya kereta dorong yang mencukupi)

Hal ini berarti untuk ketiga atribut diatas, pihak Swalayan KPRI UB telah memberikan pelayanan secara berlebihan terkait dengan ketiga atribut tersebut.

3.6 Analisis *Quality Function Deployment* (QFD)

Setelah melakukan analisis Gap 5 dengan menggunakan *Service Quality* dan analisis IPA, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis QFD. Salah satu hal penting dalam QFD adalah *House of Quality* (HoQ). Tahap-tahap dalam pembuatan HoQ adalah :

3.6.1 Analisis *Voice of Customer*

Diketahui bahwa terdapat delapan atribut dimensi kualitas pelayanan berdasarkan analisis IPA yang digunakan sebagai *voice of customer* pada *house of quality*, yaitu atribut dimensi kualitas pelayanan yang berada pada kuadran *concentrate here*. Data *voice of customer* disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Data *Voice of Customer*

No	Atribut Pertanyaan
1	Tata letak ruangan swalayan teratur
2	Pencahayaan ruangan swalayan yang terang
3	Tersedianya toilet untuk pelanggan
4	Produk yang dijual lengkap
5	Pihak swalayan tanggap dengan cepat ketika menerima keluhan pelanggan
6	Pelayanan kasir yang cepat, terutama jika pelanggan terlalu banyak
7	Solusi yang diberikan pihak swalayan dalam menangani keluhan pelanggan memuaskan
8	Kesediaan petugas swalayan untuk membantu pelanggan tanpa diminta

3.6.2 Analisis *Planning Matrix*

Langkah selanjutnya dalam perancangan *House of Quality* adalah matriks perencanaan. Yang terdiri dari:

1. *Importance to Customer*

Nilai kepentingan untuk *Importance to Customer* diperoleh dari tingkat kepentingan hasil interpolasi Gap 5 (persepsi-harapan).

Tabel 10. Data Nilai Kepentingan

No	Atribut Petanyaan	Kepentingan
1	Tata letak ruangan swalayan teratur	3,78
2	Pencahayaan ruangan swalayan yang terang	3,8
3	Tersedianya toilet untuk pelanggan	3,65
4	Produk yang dijual lengkap	3,67
5	Pihak swalayan tanggap dengan cepat ketika menerima keluhan pelanggan	3,68
6	Pelayanan kasir yang cepat, terutama jika pelanggan terlalu banyak	3,77
7	Solusi yang diberikan pihak swalayandalam menangani keluhan pelanggan memuaskan	3,73
8	Kesediaan petugas swalayan untuk membantu pelanggan tanpa diminta	3,75

2. Customer Satisfaction Performance

Nilai persepsi didapat dari penyebaran kuisioner kepada pelanggan Swalayan KPRI UB.

Tabel 11. Customer Satisfaction Performance

No	Atribut Petanyaan	Persepsi
1	Tata letak ruangan swalayan teratur	2,68
2	Pencahayaan ruangan swalayan yang terang	2,57
3	Tersedianya toilet untuk pelanggan	2,54
4	Produk yang dijual lengkap	2,84
5	Pihak swalayan tanggap dengan cepat ketika menerima keluhan pelanggan	2,95
6	Pelayanan kasir yang cepat, terutama jika pelanggan terlalu banyak	2,86
7	Solusi yang diberikan pihak swalayandalam menangani keluhan pelanggan memuaskan	2,79
8	Kesediaan petugas swalayan untuk membantu pelanggan tanpa diminta	2,8

3. Expected Satisfaction Performance

Nilai harapan diperoleh dari penyebaran kuisioner kepada pelanggan Swalayan KPRI UB.

Tabel 12. Expected Satisfaction Performance

No	Atribut Petanyaan	Harapan
1	Tata letak ruangan swalayan teratur	4,23
2	Pencahayaan ruangan swalayan yang terang	4,17
3	Tersedianya toilet untuk pelanggan	3,83
4	Produk yang dijual lengkap	4,18
5	Pihak swalayan tanggap dengan cepat ketika menerima keluhan pelanggan	4,31
6	Pelayanan kasir yang cepat, terutama jika pelanggan terlalu banyak	4,39
7	Solusi yang diberikan pihak swalayandalam menangani keluhan pelanggan memuaskan	4,24
8	Kesediaan petugas swalayan untuk membantu pelanggan tanpa diminta	4,29

4. Improvement Ratio

Contoh perhitungan untuk *improvement ratio* atribut no. 1 sebagai berikut:

$$IR = \frac{ESP}{CSP} = \frac{4,23}{2,68} = 1,5784$$

5. Raw Weight

Contoh perhitungan atribut no. 1 sebagai berikut:

$$RW = (ItC) \cdot (IR) = 3,78 \cdot 1,5784 = 5,9662$$

6. Normalized Raw Weight

Contoh perhitungan atribut no. 1 :

$$NRW = \frac{RW}{\sum RW} = \frac{5,9662}{45,615} = 0,1308$$

Tabel 13. Submatriks Perencanaan *House of Quality* Swalayan KPRI UB

NO	<i>Voice of Customer</i>	<i>Improvement Ratio</i>	<i>Raw Weight</i>	<i>Normalized Raw Weight</i>	<i>Cummulative Normalized Raw Weight</i>
1	Tata letak ruangan swalayan teratur	1.5784	5.9662	0.1308	0.1308
2	Pencahayaannya ruangan swalayan yang terang	1.6226	6.1658	0.1352	0.266
3	Tersedianya toilet untuk pelanggan	1.5079	5.5037	0.1207	0.3866
4	Produk yang dijual lengkap	1.4718	5.4016	0.1184	0.505
5	Pihak swalayan tanggap dengan cepat ketika menerima keluhan pelanggan	1.461	5.3765	0.1179	0.6229
6	Pelayanan kasir yang cepat terutama jika pelanggan terlalu banyak	1.535	5.7868	0.1269	0.7498
7	Solusi yang diberikan pihak swalayan dalam menangani keluhan pelanggan memuaskan	1.5197	5.6685	0.1243	0.874
8	Kesediaan petugas swalayan untuk membantu pelanggan tanpa diminta	1.5321	5.7455	0.126	1

3.6.3 Penentuan Technical Response

Setelah melakukan *brainstorming* dengan pihak terkait terdapat beberapa respon teknis, dan respon teknis yang diperoleh dari pihak swalayan disajikan pada Tabel 14 berikut ini:

Tabel 14. Data *Technical Response*

No	<i>Technical Response</i>
1	Pendayagunaan lampu yang tersedia di swalayan
2	Penambahan cermin cembung pada dinding swalayan
3	Kewajiban setiap petugas swalayan untuk membantu pelanggan
4	Evaluasi berkala
5	Penyediaan kotak saran pada swalayan
6	Penambahan kasir cadangan
7	Perbaikan sistem informasi
8	<i>Re-layout</i> tata letak ruangan swalayan
9	Penyediaan toilet untuk pelanggan
10	Penyediaan petunjuk lokasi toilet pelanggan
11	Penyediaan selebaran identifikasi produk swalayan
12	Peningkatan daya listrik
13	Penyediaan layanan <i>call center</i>
14	Penyediaan <i>webmail</i> KPRI UB di situs UB

3.6.4 Analisis Relationship WHATs dan HOWs

Tabel 15 menunjukkan hubungan antara *WHATs* dengan *HOWs*. Berikut adalah penjelasan *relationship (WHATs-HOWs)* berdasarkan Tabel 15:

Tabel 15. Nilai *Relationship WHATs* dan *HOWs*

NO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	●													
2		●												
3			●											
4				○										
5					○									
6						○	●							
7														
8				●										
9									○					
10										○				
11											○			
12												○		
13													○	
14														○

1. Relationships (1-7)

Re-layout tata letak ruangan swalayan merupakan upaya pihak swalayan untuk menciptakan tata letak ruangan swalayan yang teratur.

2. Relationships (2-1) ; (2-8) ; (2-12)

Pencahayaannya ruangan swalayan yang terang dapat terwujud jika pihak swalayan melakukan *re-layout* tata letak ruangan swalayan, dan pendayagunaan lampu yang tersedia di swalayan, Pendayagunaan lampu yang tersedia di swalayan secara maksimal perlu didukung dengan peningkatan kapasitas daya listrik yang tersedia di KPRI UB.

3. Relationships (3-9) ; (3-10)

Penyediaan toilet untuk pelanggan perlu didukung dengan adanya petunjuk lokasi toilet pelanggan, sehingga mempermudah pelanggan dalam mengetahui lokasi toilet yang telah disediakan.

4. Relationships (4-4) ; (4-11)

Untuk mewujudkan produk yang dijual swalayan lengkap, diperlukan penyediaan selebaran identifikasi produk swalayan di kasir. Serta dari hasil identifikasi produk

pelanggan tersebut membantu pihak swalayan untuk mengetahui keluhan dan saran dari pelanggan yang nantinya keluhan dan saran tersebut akan dievaluasi berkala melalui rapat koordinasi pengurus dan pengawas.

4. Hubungan “evaluasi berkala” memiliki hubungan positif dengan “penyediaan selebaran identifikasi produk swalayan” karena penyediaan selebaran identifikasi produk swalayan, hasilnya akan dibahas dan dievaluasi pada saat rapat koordinasi pengurus dan pengawas sebagai bahan pertimbangan pihak swalayan dalam menyediakan produk di swalayan yang sesuai dengan keinginan pelanggan.
5. Hubungan “penyediaan toilet untuk pelanggan” memiliki hubungan positif dengan “penyediaan petunjuk lokasi toilet pelanggan” karena dengan adanya petunjuk lokasi toilet pelanggan akan membantu pelanggan untuk mengetahui lokasi toilet yang telah disediakan.

3.6.6 Technical Matrix

Setiap respon teknis memiliki target. Target ditentukan oleh pihak Swalayan KPRI UB. Berikut ini penjelasan target untuk setiap respon teknis:

1. Pendayagunaan lampu yang tersedia di swalayan
Lampu yang digunakan untuk pencahayaan di Swalayan KPRI UB adalah lampu *neon* 40 watt yang berjumlah 64 buah lampu *neon*, serta lampu *halogen* yang berjumlah 2 buah. Namun dalam penggunaannya selama ini lampu yang digunakan sebagai pencahayaan swalayan hanya 50% dari lampu yang tersedia hal tersebut dilakukan karena keterbatasan daya listrik yang tersedia di KPRI UB. Target untuk pendayagunaan lampu yang tersedia di swalayan pihak swalayan menargetkan 64 buah lampu neon akan didayagunakan sebagai sumber pencahayaan swalayan dan pada malam hari akan ditambahkan 2 lampu *halogen*.
2. Penambahan cermin cembung pada dinding swalayan
Cermin cembung pada dinding swalayan selain berfungsi untuk sistem keamanan juga berfungsi untuk memantau pelanggan yang sedang berbelanja, jika ditemukan pelanggan yang kebingungan pada saat belanja seketika itu juga petugas swalayan

menghampiri pelanggan untuk menawarkan bantuan tanpa diminta. Cermin cembung yang ada di swalayan saat ini berjumlah 2 buah cermin cembung berdiameter 40 cm yang berada di daerah produk pakaian dan produk perlengkapan mandi, untuk penambahan cermin cembung pada dinding swalayan pihak swalayan menargetkan akan menambahkan 8 cermin cembung yang akan dipasang di area produk makanan, area produk alat tulis kantor, area produk barang pecah belah, serta di area produk perlengkapan rumah tangga.


3. Kewajiban setiap petugas swalayan untuk membantu pelanggan
Sebagai upaya untuk melayani pelanggan dengan baik, pihak manajemen mewajibkan setiap petugas swalayan untuk membantu pelanggan yang memerlukan bantuan, tanpa membeda-bedakan. Sehingga target yang ditetapkan adalah semua petugas swalayan bersedia untuk membantu pelanggan.
4. Evaluasi berkala
Evaluasi berkala berupa rapat koordinasi pengurus dan pengawas merupakan upaya pihak swalayan untuk memantau kinerja swalayan serta mengevaluasi setiap solusi yang akan disampaikan kepada pelanggan, sehingga harapannya kinerja swalayan semakin baik. Untuk evaluasi berkala berupa rapat koordinasi pengurus dan pengawas pihak swalayan menargetkan evaluasi berkala pelaksanaannya terjadwal dengan baik dan dilaksanakan rutin 2 minggu sekali.
5. Penyediaan kotak saran pada swalayan
Sarana penyampaian keluhan pelanggan berupa kotak saran telah disediakan di swalayan, tetapi kontribusinya sangat jarang karena pelanggan lebih suka melakukan pengaduan melalui telepon/*call center*, sehingga target untuk penggunaan sarana kotak saran di swalayan adalah 10%.
6. Penambahan kasir cadangan
Penambahan kasir cadangan merupakan upaya pihak swalayan untuk melayani pelanggan pada saat transaksi dengan cepat terutama pada saat pelanggan terlalu banyak. Pihak swalayan menargetkan akan menambahkan 2 kasir cadangan pada saat pelanggan terlalu banyak.


7. Perbaikan sistem informasi
Sistem informasi yang tersedia di KPRI UB salah satu penggunaannya adalah untuk melakukan *input* data transaksi penjualan setiap hari dari petugas kasir ke bagian akuntansi, dalam kenyataannya selama ini sistem informasi di KPRI UB sering mengalami kerusakan, sehingga petugas kasir akan melakukan *input* transaksi penjualan dan menghitungnya secara manual, yang berakibat pelanggan menunggu pelayanan dari petugas kasir yang terlalu lama terutama jika pelanggan terlalu banyak. Untuk mengatasi masalah tersebut, pihak KPRI UB menargetkan pada bulan maret 2013 akan melakukan perbaikan sistem informasi dan pelaksanaannya ditargetkan akan membutuhkan waktu selama 1 tahun.
8. *Re-layout* tata letak ruangan swalayan
Re-layout tata letak ruangan swalayan merupakan upaya pihak swalayan dalam menciptakan tata letak ruangan swalayan yang teratur sehingga pelanggan nyaman dan mudah dalam mencari produk yang diinginkan. Pihak swalayan menargetkan perbaikan tata letak ruangan swalayan akan dilakukan pada semua tata letak yang ada berdasarkan kapasitas ruangan swalayan yang tersedia serta akan memberikan kesempatan kepada mahasiswa yang sedang melakukan penelitian tugas akhir mengenai tata letak ruangan swalayan. Yang mana hasil penelitian mahasiswa mengenai tata letak ruangan swalayan akan diterapkan jika sesuai dengan kondisi dan kemampuan pihak swalayan dalam merealisasikan usulan tersebut.
9. Penyediaan toilet untuk pelanggan
Ada 2 toilet yang tersedia di gedung KPRI UB, yaitu 1 toilet yang berada di lantai 2 yang berdekatan dengan ruangan Divisi Simpan Pijam dan mayoritas penggunaannya digunakan oleh petugas KPRI UB, serta 1 buah toilet di lantai 1 di samping swalayan yang tepatnya berada di ruangan penyimpanan barang. Toilet yang berada di ruang penyimpanan barang ditargetkan untuk digunakan sebagai toilet pelanggan Swalayan KPRI UB.
10. Penyediaan petunjuk lokasi toilet pelanggan
Tersedianya toilet untuk pelanggan juga memerlukan penyediaan petunjuk lokasi toilet pelanggan tersebut, selama ini belum tersedia petunjuk lokasi toilet yang diperuntukkan untuk pelanggan swalayan. Pihak swalayan menargetkan akan menyediakan 2 buah petunjuk lokasi toilet pelanggan di daerah strategis dalam swalayan yang sering dilalui pelanggan. Sehingga harapannya pelanggan pada saat belanja di swalayan dan ingin pergi ke toilet, maka pelanggan tersebut tidak mengalami kesulitan untuk menemukan toilet yang telah disediakan.
11. Penyediaan selebaran identifikasi produk swalayan
Untuk mengetahui produk apa saja yang menjadi kebutuhan pelanggan dan akan disediakan oleh pihak swalayan. Maka pihak swalayan akan melakukan identifikasi produk yang diinginkan pelanggan dengan cara menyediakan selebaran sebagai tempat untuk menuliskan produk apa saja yang diinginkan pelanggan untuk dijual di swalayan. Untuk mewujudkan upaya tersebut, maka pihak swalayan menyediakan selebaran tersebut di bagian kasir, agar pengunjung swalayan dapat mengisinya pada saat mereka melakukan transaksi dengan petugas kasir. Target dari identifikasi produk yang dibutuhkan pelanggan adalah identifikasi produk dilaksanakan setiap hari, sehingga pihak swalayan dapat selalu memantau kebutuhan apa saja yang menjadi kebutuhan pelanggan Swalayan KPRI UB, sehingga harapannya pelanggan puas terhadap produk yang tersedia di Swalayan KPRI UB. Dan contoh selebaran yang akan digunakan sebagai alat identifikasi produk yang dibutuhkan pelanggan Swalayan KPRI UB dapat dilihat pada Gambar 3.
12. Peningkatan daya listrik
Saat ini daya listrik yang tersedia di KPRI UB sebesar 13.000 *watt* yang dirasa kurang untuk memenuhi konsumsi listrik di lingkungan KPRI UB, Sehingga target yang ditetapkan oleh pihak KPRI UB untuk memenuhi daya listrik yang tersedia adalah dengan meningkatkan daya listrik yang tersedia di KPRI UB menjadi 16.500 *watt*.

IDENTIFIKASI KEBUTUHAN PELANGGAN TERHADAP PRODUK YANG DIJUAL DI SWALAYAN KPRI UB

A) Menurut Anda produk apa saja yang menjadi kebutuhan Anda dan harus tersedia di Swalayan KPRI UB?

B) Berdasarkan pengalaman Anda selama berbelanja di Swalayan KPRI UB, Perasaan apa yang Anda rasakan selama ini?(Centang)





Gambar 3. Contoh Selebaran Identifikasi Produk Swalayan

13. Penyediaan layanan *call center*

Layanan *call center* yang tersedia di KPRI UB berupa layanan pengaduan melalui telepon, layanan pengaduan melalui telepon ini memiliki kontribusi terbesar karena pelanggan lebih suka untuk mengadu secara langsung melalui telepon, sehingga target untuk penyampaian keluhan pelanggan melalui layanan *call center* ditetapkan sebesar 65%.

14. Penyediaan *webmail* KPRI UB di situs UB

Sebagai bagian dari Universitas Brawijaya, KPRI UB memiliki *webmail* pada situs UB, dan penggunaan *webmail* sebagai sarana penyampaian keluhan pelanggan mayoritas dilakukan oleh anggota KPRI UB seperti dosen dan karyawan di lingkungan UB, sehingga pihak swalayan menargetkan penggunaan *webmail* KPRI UB sebagai sarana penyampaian keluhan pelanggan adalah 25%.

4. Penutup

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis kualitas pelayanan Swalayan KPRI UB terhadap pelanggan menggunakan metode *Service Quality*, terdapat gap pada setiap dimensi *service quality*. Gap negatif terbesar terdapat pada dimensi *tangible*, yaitu pada atribut pencahayaan ruangan swalayan yang terang dengan nilai gap sebesar -1,6.
2. Atribut yang menjadi prioritas utama perbaikan kualitas pelayanan Swalayan KPRI UB dalam melayani pelanggan berdasarkan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), antara lain: tata letak ruangan swalayan teratur,

pencahayaan ruangan swalayan yang terang, tersedianya toilet untuk pelanggan, produk yang dijual lengkap, pihak swalayan tanggap dengan cepat ketika menerima keluhan pelanggan, pelayanan kasir yang cepat terutama jika pelanggan terlalu banyak, solusi yang diberikan pihak swalayan dalam menangani keluhan pelanggan memuaskan, dan kesediaan petugas swalayan untuk membantu pelanggan tanpa diminta.

3. Dengan memperhatikan nilai *normalized raw weight* terhadap atribut-atribut sebagai pedoman utama dan interaksi diantara respon teknis pada metode QFD, maka dapat direkomendasikan bahwa atribut yang menjadi prioritas untuk diperbaiki terlebih dahulu oleh pihak swalayan KPRI UB adalah atribut pencahayaan ruangan swalayan yang terang dengan nilai *normalized raw weight* tertinggi yaitu sebesar 0,1352 atau 13,52%. Sehingga upaya perbaikan kualitas pelayanan yang dapat dilakukan pihak swalayan KPRI UB terlebih dahulu adalah mendayagunakan lampu yang tersedia di swalayan, melakukan *re-layout* tata letak ruangan swalayan, dan melakukan peningkatan daya listrik yang tersedia di KPRI UB.

Daftar Pustaka

- Cohen, Lou. (1995), *Quality Function Deployment, How to Make QFD Work for You*, Addison Wesley Publishing Company, Massachusetts.
- Martilla, J. and James J. (1977), 'Importance-Performance Analysis', *Journal of Marketing*, 14 (January): pp. 77-79.
- Tjiptono, Fandy. (2008), *Service Management, Mewujudkan Layanan Prima*, Andi, Yogyakarta.
- Umar, Husein. (2005), *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, Gramedia Pustaka Tama, Jakarta.
- Zeithaml, Valarie A., A. Parasuraman, and Leonard L. Berry.(1990), *Delivering Quality Service: Balancing Perceptions And Expectations*, The Alfa Press, New York.