

**EVALUASI PELAYANAN PUBLIK PRODUK HUKUMONLINE.COM
UNTUK MENGETAHUI KEBUTUHAN PELANGGAN
KASUS PT JUSTIKA SIAR PUBLIKA**

Ahmad H. Sutawidjaya dan Pista Suci Asmarani
Program Doktor Pascasarjana Universitas Mercubuana
Ahsuta69@gmail.com; pistasuci@gmail.com

Abstract. Hukumonline.com is a legal information provider company in Indonesia that is committed to providing up-to-date legal information for all levels of society. The phenomenon of the problems in this study, from the products owned by Hukumonline.com, there are some products that are less satisfactory for customers. Broadly speaking, there are two things that cause this. First, because the products offered are still incomplete and not in accordance with customer needs. The second is due to the emergence of competitors who market similar products based on online bases. This research was conducted at PT Justika Siar Publika (Hukumonline.com), using 85 samples. The research method uses the concept of Quality Function Development using the Customer Voice (VoC) approach to Quality Houses (HoQ). From the results of the analysis, there are 8 important points that need to be corrected, namely: (1) The search process is facilitated, (2) the regional regulations are equipped, (3) the previous rules are completed, (4) Translate OLD multiplied, (5) The historical features of the regulations are complemented, (6) ILB is sent in accordance with the customer's company background, (7) Retail subscription packages are provided, and (8) Discount prices are provided. So far, there are only 5 points for which the data is improved, namely in points 1 through 5. While 3 points at 6 to 8, it cannot be fixed due to inadequate treatment.

Keywords: Hukumonline.com, Quality Function Deployment, House of Quality, Voice of Customers

Abstrak. Hukumonline.com adalah merupakan perusahaan penyedia informasi hukum di Indonesia yang berkomitmen untuk memberikan informasi hukum terkini bagi seluruh lapisan masyarakat. Fenomena permasalahan dalam penelitian ini, dari produk yang dimiliki oleh Hukumonline.com, ada beberapa produk yang kurang memuaskan bagi pelanggan. Secara garis besar terdapat dua hal yang menjadi penyebab atas hal tersebut. Pertama dikarenakan produk yang ditawarkan masih kurang lengkap dan tidak sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Kedua dikarenakan munculnya kompetitor yang memasarkan produk serupa yang berbasis online basis. Penelitian ini dilakukan di PT Justika Siar Publika (Hukumonline.com), dengan menggunakan 85 sampel. Metode penelitian menggunakan konsep *Quality Function Development* (Penyebaran Fungsi Kualitas) dengan menggunakan pendekatan Suara Pelanggan (VoC) pada Rumah Kualitas (HoQ). Dari hasil analisa, ada 8 poin penting yang perlu dikoreksi, yaitu : (1) Proses pencarian yang dipermudah, (2) Peraturan daerah yang dilengkapi, (3) Peraturan terdahulu yang dilengkapi, (4) Translate OLD yang di perbanyak, (5) Fitur sejarah peraturan yang dilengkapi, (6) ILB dikirimkan sesuai dengan latar belakang perusahaan pelanggan, (7) Disediaknya paket berlangganan retail, serta (8) Disediakan harga-harga diskon. Sejauh ini, baru ada 5 poin yang data diperbaiki, yaitu pada poin 1 sampai 5. Sedangkan 3 poin pada 6 sampai 8, belum dapat diperbaiki dengan alasan perawatan yang kurang memadai.

Kata kunci: Hukumonline.com, Quality Function Deployment, House of Quality, Voice of Customers

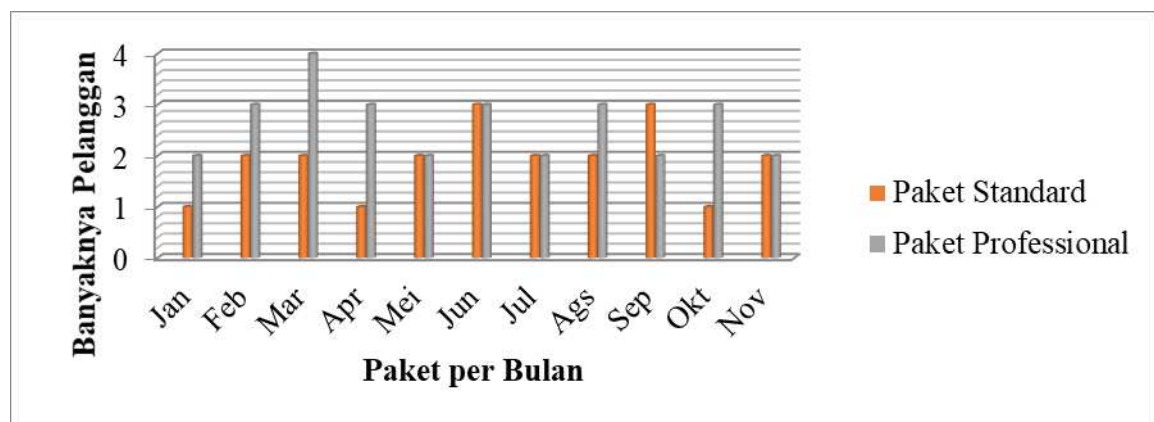
PENDAHULUAN

Perkembangan dunia informasi teknologi saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat sehingga masyarakat Indonesia semakin mudah dalam bertukar informasi di dunia maya.

Kemudahan pertukaran informasi ini dapat dilakukan oleh siapa saja, kapan saja, dan dimana saja. Akan tetapi, perkembangan teknologi ini tidak berdampak signifikan pada pertukaran informasi hukum. Tingginya minat masyarakat untuk mengakses informasi hukum sayangnya terhambat oleh sulitnya menemukan informasi hukum yang valid. Lebih lanjut, kemajuan teknologi saat ini belum dimaksimalkan oleh situs lembaga pemerintahan atau penerbit dokumentasi hukum yang menyediakan situs dengan muatan referensi hukum yang berlaku di Indonesia.

Hukumonline.com melalui PT Justika Siar Publika kemudian hadir sebagai salah satu perusahaan informasi hukum, yang memiliki visi untuk membantu masyarakat sesuai dengan kebutuhan referensi hukumnya. Hukumonline.com memiliki beberapa produk hukum yang dapat diakses oleh masyarakat, diantaranya *Online Legal Database (OLD)*, *Indonesian Legal Brief (ILB)*, *Indonesian Law Digest (ILD)*, dan *Monthly Law Review (MLR)*. Pada penelitian ini, terfokus pada analisa ILB, ILD, dan MLR.

Dari 2 paket pengaksesan, terjadi ketidakseimbangan pertumbuhan pelanggan, seperti pada gambar 1.1 berikut :



Gambar 1. Jumlah pelanggan Hukumonline.com di 2016

Sumber : Hukumonline.com, 2016

Gambar 1.1. pertumbuhan pelanggan Hukumonline.com mulai Januari hingga November 2016, sangatlah tidak seimbang hal ini disebabkan karena ada pesaing baru yang muncul, dan mengakibatkan penurunan pangsa pasar.

Pada pra-survei yang dilakukan kepada 15 orang, ketidakseimbangan ditemukan ketika adanya keluhan dari pelanggan mengenai paket yang ditawarkan. Tingkat kepuasan pelanggan jika dirata-ratakan hanya mencapai angka 2 (kurang puas). Berdasarkan pra-survei dengan pertanyaan pada Lampiran 1 dan 2, didapatkan hasil seperti pada Tabel 1.1, dan Tabel 1.2, seperti berikut:

Tabel 1. Hasil Pra Survei Pelanggan Paket Standard

Pelanggan	Standard	Pelanggan	Standard
1	3	10	4
2	2	11	4
3	1	12	2
4	3	13	2
5	1	14	1
6	2	15	2
7	1	Jumlah	31
8	2	Tingkat Kepuasan	2.06
9	1		

Keterangan : (1) tidak puas, (2) kurang puas, (3) cukup puas, (4) puas, dan (5) sangat puas

Sumber: Hukumonline.com, 2016.

Berdasarkan temuan tersebut, maka peneliti akan melakukan evaluasi terhadap pelayan publik Hukumonline.com untuk mengetahui kebutuhan pelanggan, sehingga hasil dari

penelitian dapat digunakan sebagai bahan perbaikan maupun pengembangan inovasi di perusahaan, dan mampu mengatasi ketidakseimbangan pertumbuhan pelanggan saat ini.

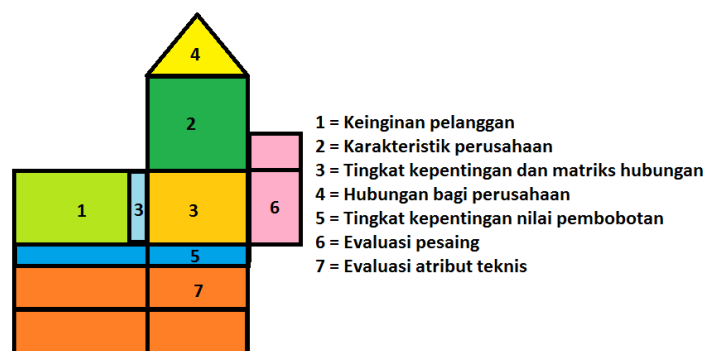
KAJIAN TEORI

Kualitas Pelayanan Jasa. Menurut Heizer dan Render (2007), kualitas pelayanan jasa adalah kegiatan-kegiatan ekonomi yang biasanya menghasilkan produk *intangible* seperti pendidikan, hiburan, makanan dan penginapan, transportasi, asuransi, perdagangan, pemerintah, keuangan, *real estate*, perbaikan kesehatan dan pemeliharaan.

Quality Function Deployment. QFD merupakan pendekatan sistematis yang menentukan tuntutan atau permintaan konsumen kemudian menerjemahkan tuntutan tersebut secara akurat ke dalam desain teknis, manufacturing, dan perencanaan produksi yang tepat. Pada prinsipnya, QFD membantu mendengarkan suara atau keinginan konsumen dan berguna untuk brainstorming sessions bagi tim pengembang dalam menentukan cara terbaik memenuhi keinginan konsumen.

Konsep dan Manfaat QFD. Berdasarkan definisinya, QFD merupakan praktek untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. QFD menerjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan dan apa yang harus dihasilkan oleh suatu organisasi. Dalam hal ini QFD memungkinkan organisasi untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan pelanggan, serta memperbaiki dan menjaga efektivitas produk yang dihasilkan. Dalam penelitiannya, Sahuri, 2016 mengungkapkan, apabila dilaksanakan dengan tepat, QFD akan mampu meningkatkan beberapa hasil, seperti : (1) Meningkatkan efektivitas komunikasi antar departemen, (2) Mampu mengetahui dengan jelas kebutuhan pelanggan, yang akan dibawa melalui proses langsung ke operasional, (3) Lebih sedikit perubahan-perubahan sistem yang terjadi, (4) Kualitas produk yang sistematis dan saling terintegrasi, (5) Waktu pembuatan produk yang lebih singkat, (6) Meningkatkan pemahaman dari hubungan kompleks dan kemampuan mengurangi kompleksitas dengan tingkat integrasi lebih tinggi dalam perusahaan guna mendukung penyelesaian, serta (7) Mampu mengidentifikasi dan menyelesaikan kembali kebutuhan yang bertentangan dari berbagai pelanggan.

House of Quality. *House of Quality* (HoQ) adalah alat yang mendukung metode QFD, menggunakan matriks yang menghubungkan keinginan konsumen dengan langkah desain dan membandingkan langkah desain sehingga praktisi dapat berkonsentrasi pada karakteristik yang paling penting dan berharga. Istilah "rumah" digunakan karena alat QFD yang digunakan terlihat mirip dengan rumah dengan beberapa kamar dan atap. Matriks HoQ pertama kali digunakan dalam proses menampilkan *Voice of Customer* (VoC) atau kebutuhan konsumen terhadap respon teknis (Alexander, et al, 2015).



Gambar 2. *House of Quality*

Sumber : Heizer dan Render, 2009, 251

Proses Penerapan *Quality Function Deployment*. Wijaya (2011, 50), menjelaskan bahwa untuk memasukkan pelanggan ke dalam proses desain pelayanan dengan memfokuskan pada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan *kuantitatif deskriptif* yang dilakukan untuk memperoleh informasi yang diinginkan oleh para pelanggan secara langsung dan mendalam. Sehingga diketahui keinginan pelanggan permasalahan secara menyeluruh terkait proses bisnis.

Variabel Penelitian. Variabel pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan (variabel X) dan kepuasan konsumen (variabel Y). Kedua variabel adalah unsur penelitian yang terkait dengan judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil perumusan masalah. Definisi operasional variabel penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang diberikan Hukumonline.com kepada pelanggan. Definisi ini bertujuan untuk menghindari kesalahan dalam mengartikan variabel-variabel yang dianalisis, sekaligus untuk membatasi permasalahan dalam penelitian. Definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data
Kualitas Pelayanan (Variabel X)	Keandalan	Keluhan pelanggan	Pelanggan	Wawancara
	Daya Tanggap	Kemampuan pemberian informasi kepada pelanggan	Pelanggan	Wawancara
Kualitas Pelayanan (Variabel X)	Jaminan	Kemampuan meyakinkan pelanggan	Pelanggan	Wawancara
	Kepedulian	Kemampuan memberikan perhatian terhadap keluhan pelanggan	Pelanggan	Wawancara
	Bukti langsung	Kemampuan menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal maupun pelanggan	Pelanggan	Wawancara
puasan Konsumen (Variabel Y)	Hubungan (<i>relationship</i>)	Kemampuan memberikan pelayanan dan menjaga hubungan kepada pelanggan dengan baik	Pelanggan	Wawancara

Tabel 2.1. (Lanjutan) Definisi Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data
Kepuasan Konsumen (Variabel Y)	Kenyamanan pelanggan (<i>amenities</i>)	Kemampuan memberikan pelayanan yang nyaman kepada pelanggan	Pelanggan	Wawancara
	Kebebasan memilih (<i>choise</i>)	Memberikan kebebasan kepada pelanggan untuk memilih produk	Pelanggan	Wawancara
	Keamanan tindakan (<i>safety</i>)	Merahasiakan data pribadi pelanggan	Pelanggan	Wawancara
	Kompetensi teknis (<i>scientific knowledge and technical skill</i>)	Memberikan pelayanan dan penjelasan, serta penerapan yang baik kepada pelanggan	Pelanggan	Wawancara
	Efektivitas pelayanan (<i>effectiveness</i>)	Melayani pelanggan dengan cepat dan	Pelanggan	Wawancara

Sumber : Uno, 2014.

Jenis dan sumber data. Jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari pelanggan sebagai informan, terkait dengan kebutuhan pelanggan dan penilaian kompetitif terhadap produk dan paket yang ditawarkan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari laporan pembukuan pelanggan yang dibuat setiap tahunnya.

Teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah : (1) Data Primer, didapatkan dengan mengadakan wawancara langsung kepada pelanggan, dan (2) Data Sekunder, didapatkan dari laporan pembukuan mengenai konsumen yang sudah dimiliki oleh perusahaan.

Populasi dan sampel penelitian. populasi dalam penelitian ini adalah kebutuhan pelanggan berdasarkan produk dan paket pengaksesan yang ditawarkan. Sedangkan sampel data yang digunakan adalah hasil wawancara yang dilakukan kepada 85 pelanggan Hukumonline.com, selama September 2016 hingga Juli 2017.

Teknik analisa data. (1) Teknik Wawancara; (2) Penentuan Skala; (3) Membuat Rumah Kualitas, dilakukan tujuh langkah dasar, yaitu : (i) kenali keinginan pelanggan, (ii) kenali bagaimana produk atau jasa akan memuaskan keinginan pelanggan, (iii) membuat sebuah matriks yang menunjukkan hubungan antara keinginan pelanggan dengan karakteristik perusahaan, (iv) mengenali hubungan antara perusahaan dengan pesaing, (v) membuat tingkat kepentingan, dengan menggunakan tingkat kepentingan pelanggan dan bobot pada hubungan yang diperlihatkan dalam matriks, (vi) mengevaluasi produk pesaing, (vii) menentukan atribut teknis yang diinginkan, berapa presentasi perusahaan dan berapa presentasi pesaing terhadap masing-masing atribut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Cakupan Kerja Tim Desain dan Rekayasa Produk. Wawancara ini dilakukan kepada 85, dengan menggunakan *House of Quality* dari *Quality Function Deployment*.

Hasil Analisa Rumah Kualitas. Untuk membuat rumah kualitas, dilakukan tujuh langkah dasar, seperti berikut:

Keinginan Pelanggan. Dari hasil wawancara yang sudah dilakukan, didapatkan hasil bahwa ada 8 poin penting yang diinginkan oleh pelanggan, yaitu :

Proses pencarian dipermudah
Peraturan daerah dilengkapi
Peraturan lama dilengkapi
Translate OLD diperbanyak
Fitur sejarah dilengkapi
ILB dikirim sesuai kebutuhan (latar belakang perusahaan)
Paket berlangganan retail
Harga diskon

Gambar 3. Rumah kualitas tahap pertama

Karakteristik Perusahaan. Dalam penelitian ini, ada 18 karakteristik perusahaan yang dimiliki oleh Hukumonline.com, yaitu :

Proses pencarian spesifik (menggunakan judul jelas)	Proses pencarian dipermudah
Pencarian lebih mudah melalui google (mesin pencarian umum)	Peraturan daerah dilengkapi
Koleksi peraturan daerah belum lengkap khususnya daerah Indonesia Timur	Peraturan lama dilengkapi
Koleksi peraturan lama belum lengkap	Translate OLD diperbanyak
OLD disajikan dalam bahasa Indonesia	Fitur sejarah dilengkapi
Translate OLD tidak sampai 10% koleksi	ILB dikirim sesuai kebutuhan (latar belakang perusahaan)
Fitur sejarah belum lengkap	Paket berlangganan retail
Fitur sejarah hanya untuk pelanggan berbayar	Harga diskon
ILB dibuat dan dikirim 5 judul 1 minggu	
ILB dibuat berdasarkan peraturan yg baru terbit	
Pemilihan ILB berdasarkan tingkat kepentingan	
ILB tidak diakses secara gratis	
ILB hanya dikirim ke pelanggan berbayar (standard dan professional)	
Paket berlangganan saat ini ada 4 (individual, basic, standard, & professional)	
Tidak tersedia paket berlangganan retail	
Harga yg ditawarkan adalah harga tetap (sesuai dengan paket berlangganan)	
Diskon tersedia hanya untuk pelanggan baru/perpanjang yg mendaftar untuk 1 tahun berlangganan	
Hanya tersedia diskon 10% untuk berlangganan langsung selama 1 tahun	

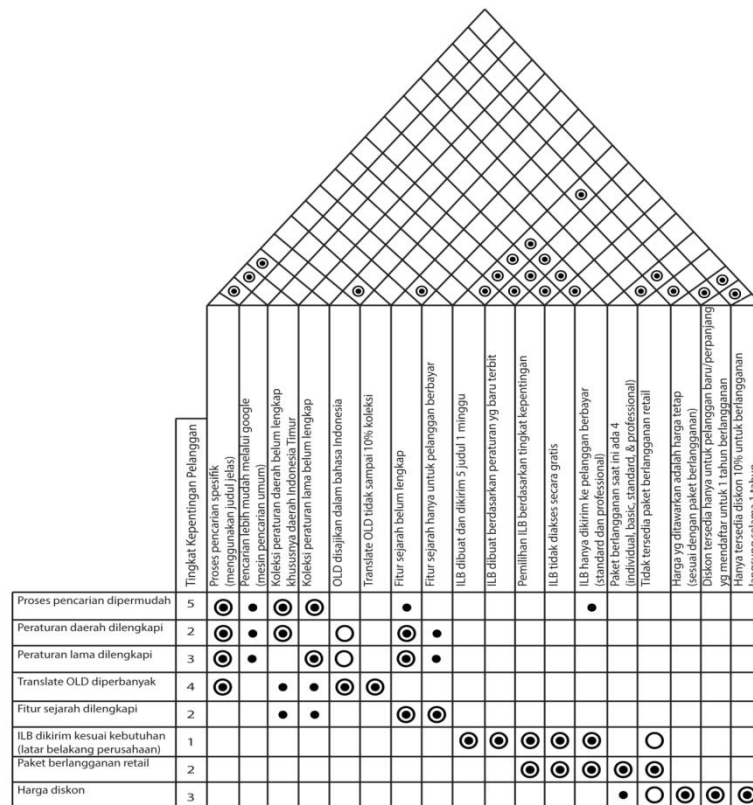
Gambar 4. Rumahkualitas tahap kedua

Tingkat Kepentingan Pelanggan. Pada tingkat kepentingan pelanggan didapatkan hasil berikut :

		Tingkat Kepentingan Pelanggan	Proses pencarian spesifik (menggunakan judul jelas)	Pencarian lebih mudah melalui google (mesin pencarian umum)	Koleksi peraturan daerah belum lengkap khususnya daerah Indonesia Timur	Koleksi peraturan lama belum lengkap	OLD disajikan dalam bahasa Indonesia	Translate OLD tidak sampai 10% koleksi	Fitur sejarah belum lengkap	Fitur sejarah hanya untuk pelanggan membayar	ILB dibuat dan dikirim 5 judul 1 minggu	ILB dibuat berdasarkan peraturan yg baru terbit	Pemilihan ILB berdasarkan tingkat kepentingan	ILB tidak diakses secara gratis	ILB hanya dikirim ke pelanggan membayar (standard dan professional)	Paket berlangganan saat ini ada 4 (individual, basic, standard, & professional)	Tidak tersedia paket berlangganan retail	Harga yg ditawarkan adalah harga tetap (sesuai dengan paket berlangganan)	Diskon tersedia hanya untuk pelanggan baru/perpanjang yg mendaftar untuk 1 tahun berlangganan	Hanya tersedia diskon 10% untuk berlangganan langsung selama 1 tahun
Proses pencarian dipermudah	5		●	●	●	●			●											
Peraturan daerah dilengkapi	2		●	●	●	○			●	●						●				
Peraturan lama dilengkapi	3		●	●	●	○			●	●										
Translate OLD diperbanyak	4		●	●	●	●	●													
Fitur sejarah dilengkapi	2								●	●										
ILB dikirim sesuai kebutuhan (latar belakang perusahaan)	1										●	●	●	●	●	●				
Paket berlangganan retail	2												●	●	●	●				
Harga diskon	3															●	○	●	●	●

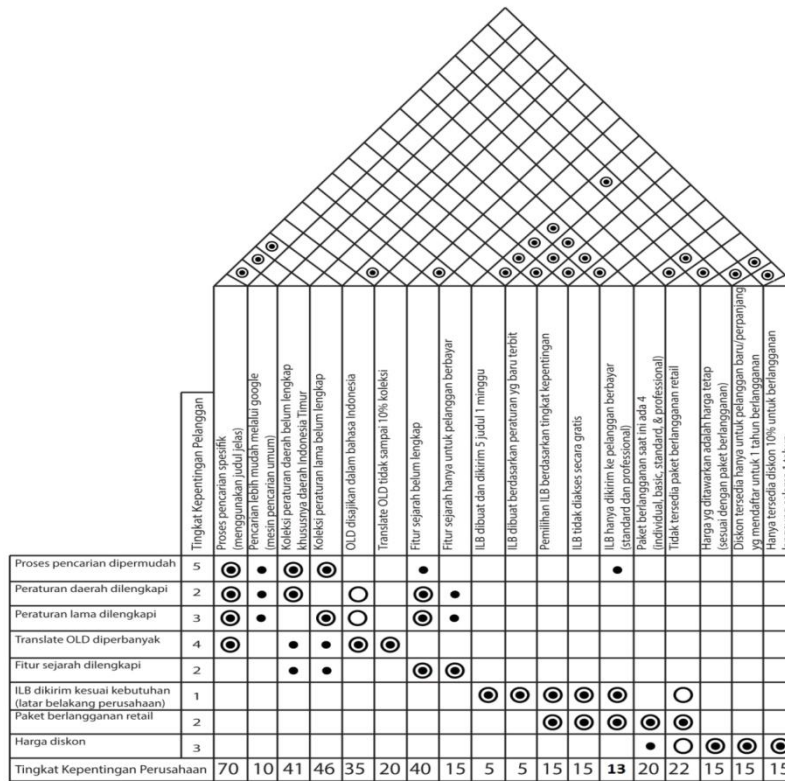
Gambar 5. Rumah kualitas tahap ketiga

Hubungan Antara Hal-hal yang Dapat Dilakukan Perusahaan. Pada tingkat hubungan antara hal-hal yang dapat dilakukan perusahaan, didapatkan hasil sebagai berikut :



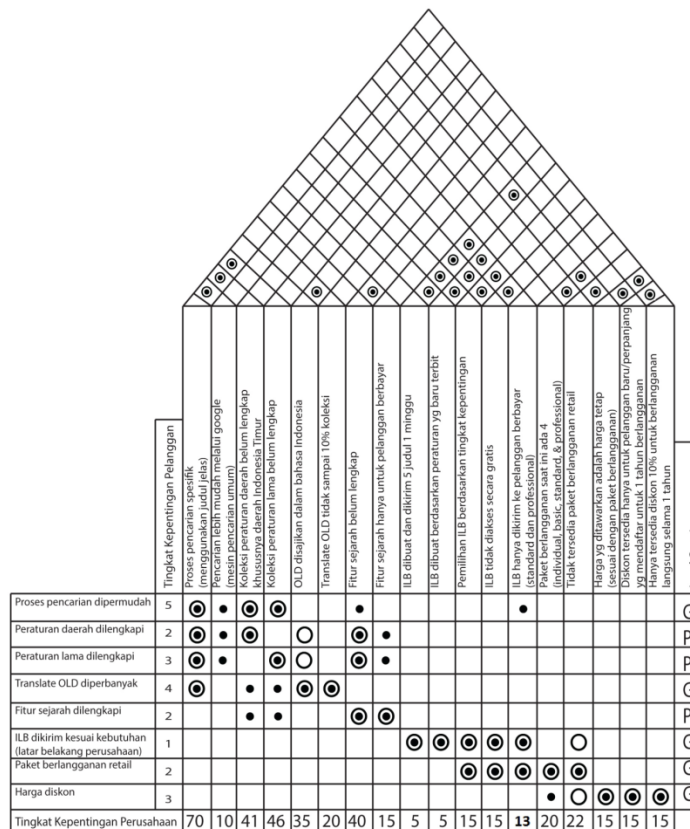
Gambar 6. Rumah kualitas tahap keempat

Tingkat Kepentingan Perusahaan. Pada tingkat kepentingan perusahaan, didapatkan hasil sebagai berikut :



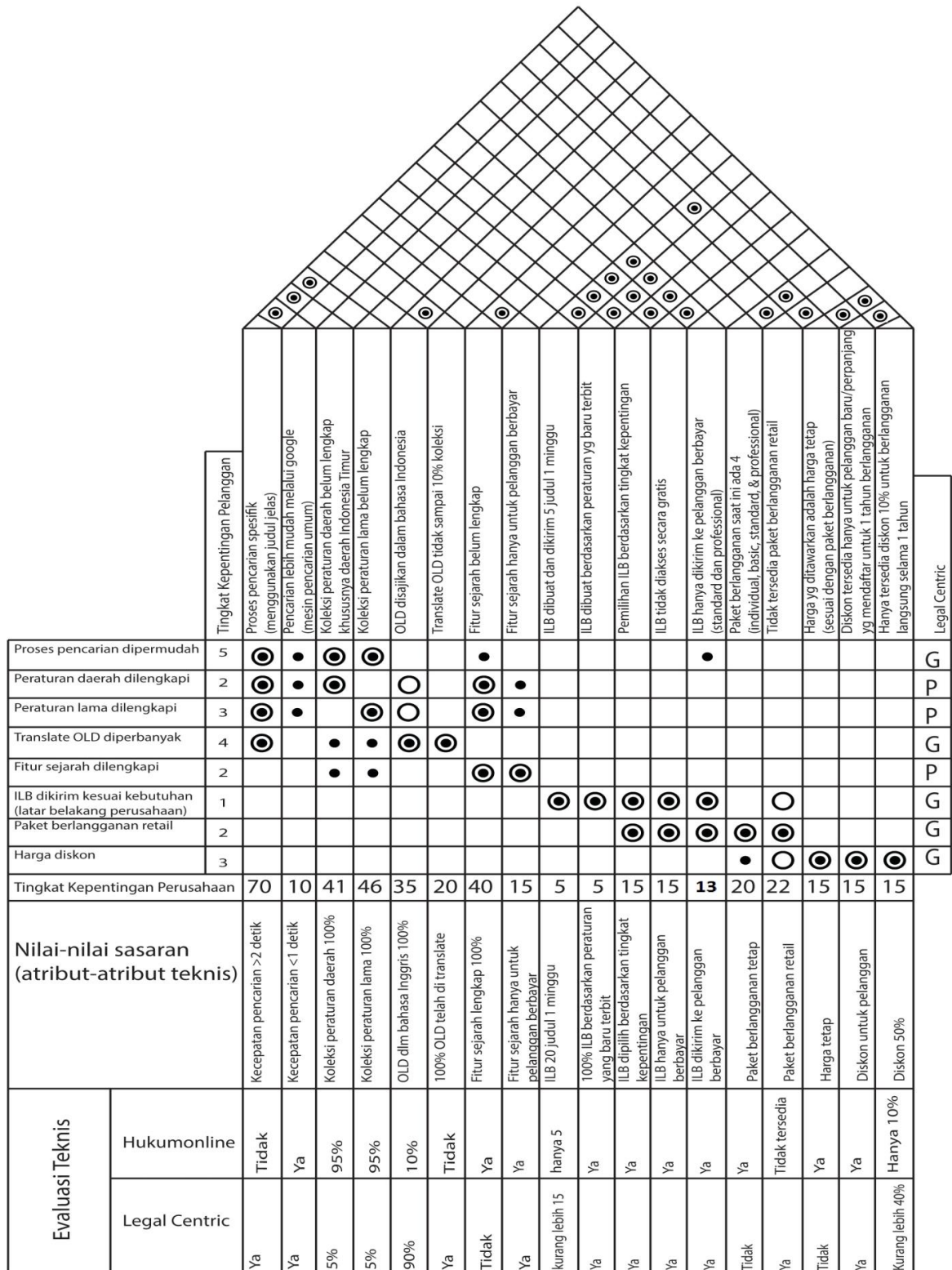
Gambar 7. Rumah kualitas tahap kelima

Analisa Perusahaan Pesaing. Pada tahap analisa perusahaan pesaing (evaluasi pesaing), didapatkan hasil sebagai berikut :



Gambar 8. Rumah kualitas tahap keenam

Nilai-nilai sasaran (atribut-atribut teknis) dan evaluasi teknis (perusahaan dan pesaing). Pada tahap atribut teknis dan evaluasi teknis, didapatkan hasil sebagai berikut :



Gambar 9. Hasil Penelitian Rumah Kualitas QFD

Hasil Penerapan QFD. Berdasarkan hasil yang didapatkan dalam penelitian ini, kemudian dilakukan perbaikan, sebagai berikut :

- (1) Memperbaiki proses pencarian. Saat ini, kata kunci pencarian di laman mesin pencarian sudah diperbanyak. Selain itu, Hukumonline.com juga berupaya untuk memperbaiki sistem

pencarian dengan menggunakan mesin baru. Dalam mesin pencarian baru ini, mendukung para pelanggan untuk mencari dokumen yang diinginkan dengan menggunakan kata-kata sehari-hari. Misalnya, pada mesin sebelumnya pelanggan harus menuliskan “Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2015”, pelanggan cukup menuliskan “UU No. 13/2015” pada mesin pencarian baru. Jika dibandingkan dengan pesaing, pencarian legal centric memang masih jauh lebih baik daripada Hukumonline.com. Hal ini disebabkan karena dokumen hukum yang dimiliki oleh legal centric masih sedikit, dan belum sebanyak Hukumonline. Dengan begitu, untuk mencari sebuah dokumen hukum di legal centric, penggunaan kata kuncinya masih sedikit, dan tentu lebih mudah dicari.

- (2) Melengkapi peraturan daerah. Upaya melengkapi peraturan daerah saat ini sudah diperbaiki. Dengan adanya kerjasama dengan beberapa lembaga maupun instansi pemerintah di luar Jakarta menjadi jalan keluarnya. Meski sudah ada kerjasama, *update* yang di dapatkan pun masih kurang lengkap. Hal ini disebabkan oleh faktor sulitnya akses internet yang ada di beberapa daerah di Indonesia, khususnya daerah Timur. Jika dibandingkan dengan pesaing, jumlah peraturan daerah legal centric jauh lebih sedikit dengan yang dimiliki oleh Hukumonline.com. Hal ini disebabkan karena legal centric adalah perusahaan yang baru muncul. Sehingga perjuangan pengumpulan peraturan daerah masih sedikit.
- (3) Melengkapi peraturan terdahulu. Upaya melengkapi peraturan terdahulu juga dalam tahap perbaikan. Hal ini diwujudkan dengan adanya kerjasama dengan beberapa lembaga maupun instansi pemerintah yang ada di Indonesia, yang tentunya menyimpan beberapa dokumen hukum terdahulu. Tak hanya itu, sumber lain pun dilakukan untuk melengkapi koleksi dokumen hukum terdahulu yang dimiliki oleh Hukumonline.com. Seperti pada peraturan terdahulu, jika dibandingkan dengan pesaing, legal centric memiliki dokumen hukum terdahulu yang sangat sedikit. Hal ini diketahui dengan bantuan pelanggan yang sempat mencoba tawaran yang diberikan oleh legal centric, dan kecewa pada pelayanannya.
- (4) Memperbanyak OLD terjemahan. Menterjemahkan sebuah OLD adalah hal yang cukup rumit. Sehingga untuk memperbaiki bagian ini dibutuhkan tenaga perbantuan, dengan cara membuka lowongan untuk magang dan bekerja bersama Hukumonline.com. Saat ini pun sudah ada beberapa karyawan tambahan, baik karyawan magang maupun karyawan percobaan. Dengan adanya penambahan sumber daya diharapkan akan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan akan OLD dalam bentuk bahasa Inggris. Jika dibandingkan dengan pesaing, jumlah OLD berbentuk bahasa Inggris yang dimiliki oleh legal centric jauh lebih banyak dibandingkan Hukumonline.com. Hal ini dikarenakan Hukumonline sebelumnya belum terfokus pada OLD berbentuk bahasa Inggris.
- (5) Fitur sejarah peraturan. Fitur sejarah peraturan adalah fitur yang menggariskan keterkaitan satu peraturan dengan peraturan lainnya. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, fitur yang hanya dapat diakses oleh pelanggan berbayar kini sudah diperbaiki. Sehingga harapan pelanggan untuk mengetahui keterkaitan suatu peraturan dapat terpenuhi. Jika dibandingkan dengan pesaing, fitur sejarah yang dimiliki oleh Hukumonline tentunya lebih lengkap. Kurangnya jumlah fitur sejarah yang dimiliki oleh legal centric disebabkan karena jumlah dokumen hukum yang dimiliki pun masih sedikit.
- (6) Pengiriman ILB sesuai keinginan pelanggan. Keinginan pelanggan yang tidak dapat diwujudkan oleh Hukumonline.com salah satunya adalah pengiriman ILB sesuai dengan keinginan pelanggan. Hal ini disebabkan karena banyaknya spesifikasi latar belakang perusahaan dan juga jumlah peraturan yang ada. Sehingga hal ini terlalu sulit untuk diwujudkan. Jika dibandingkan dengan pesaing, legal centric memang jauh lebih unggul dalam mengirimkan ILB sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Hal ini disebabkan karena pelanggan legal centric yang masih sedikit, dan jumlah dokumen yang masih sedikit pula. Sehingga untuk mengkategorisasikan pelanggan dan jumlah dokumen masih belum terlalu sulit.
- (7) Penyediaan paket retail. Keinginan pelanggan yang tidak dapat dipenuhi selanjutnya adalah menyediakan paket retail. Seperti pada pengiriman ILB sesuai dengan latar belakang

perusahaan, banyaknya jumlah peraturan pun menyulitkan tim untuk mengkategorisasikan dokumen hukum kepada paket retail. Kesulitan ini menjadi boomerang bagi Hukumonline. Apabila Hukumonline tidak dapat *maintenance* dengan baik, tentu akan menimbulkan kekecewaan baru kepada pelanggan. Jika dibandingkan dengan pesaing, legal centric memang hanya menawarkan paket retail kepada pelanggan. Sehingga hal ini tidak menyulitkan legal centric untuk memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan pelanggan, dengan jumlah pelanggan yang dimiliki saat ini.

- (8) Harga diskon. Pemberian potongan harga atau diskon yang saat ini tersedia di Hukumonline.com hanya sebesar 10% untuk pelanggan yang berlangganan selama 12 bulan. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan akan diskon, Hukumonline.com sedang dalam tahap percobaan memberikan diskon-diskon sesuai dengan moment yang sedang terjadi saat itu. Misalnya pada perayaan hari kemerdekaan, Hukumonline memberikan potongan harga 17% untuk calon pelanggan yang berlangganan baru atau berlanjut berlangganan. Hal ini akan terus di uji coba oleh Hukumonline, tentunya untuk menarik minat calon pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang berlangganan oleh Hukumonline.com. Jika dibandingkan dengan pesaing, legal centric memang memberikan harga yang tidak tetap. Dalam artian, harga yang diberikan sesuai dengan dokumen apa saja yang dibutuhkan pelanggan, dan seberapa besar pelanggan sanggup membayar paket berlangganan. Hal ini tentu berbeda dengan Hukumonline.com yang menyediakan paket harga yang tetap.

PENUTUP

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah produk yang ditawarkan oleh Hukumonline.com sudah sesuai atau belum, dan juga mengetahui apa saja perbaikan yang harus dilakukan. Sehingga digunakan metode Quality Function Deployment (QFD) yang terfokus pada rumah kualitas. Metode ini digunakan karena mampu menterjemahkan keinginan pelanggan.

Dari penelitian ini disimpulkan bahwa : Produk yang saat ini ditawarkan oleh Hukumonline.com belum sesuai dengan keinginan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan adanya beberapa poin yang diinginkan oleh pelanggan, seperti adanya : (1) Proses pencarian yang dipermudah, (2) Peraturan daerah yang dilengkapi, (3) Peraturan terdahulu yang dilengkapi, (4) Translate OLD yang di perbanyak, (5) Fitur sejarah peraturan yang dilengkapi, (6) ILB dikirimkan sesuai dengan latar belakang perusahaan pelanggan, (7) Disediakan paket berlangganan *retail*, serta (8) Disediakan harga-harga diskon. Perbaikan yang harus dilakukan oleh Hukumonline.com adalah : (1) Pengiriman ILB sesuai dengan latar belakang perusahaan, (2) Menyediakan paket *retail* untuk pelanggan, dan (3) Menyediakan diskon yang bervariasi sesuai dengan *moment* yang sedang terjadi saat itu.

Upaya perbaikan proses yang direkomendasikan adalah dengan : (1) Memudahkan proses pencarian baik di laman Hukumonline.com maupun melalui google atau mesin pencarian umum lainnya, (2) Melengkapi peraturan daerah dengan bekerjasama dengan beberapa pemerintah atau lembaga yang ada di luar kota khususnya Indonesia bagian Timur, sehingga Hukumonline.com akan semakin unggul dan membantu pelanggan, (3) Melengkapi peraturan terdahulu dengan bekerjasama dengan beberapa pemerintah atau lembaga yang menyimpan arsip peraturan terdahulu, sehingga Hukumonline.com akan semakin unggul dan membantu pelanggan, (4) Memperbanyak OLD yang di translate ke dalam bahasa Inggris, karena semakin banyak OLD yang di translate ke dalam bahasa Inggris akan semakin membantu pelanggan dan tentu pelanggan akan semakin nyaman menggunakan Hukumonline.com, (5) Memperbaiki fitur sejarah yang berfungsi untuk mengetahui keterkaitan peraturan yang satu dengan yang lain, hal ini tentu akan membantu pelanggan untuk menyelesaikan tugas sehari-hari, sehingga pelanggan tak perlu mencari peraturan satu-persatu lagi, (6) Memperbanyak jumlah ILB harus diperbanyak, tidak hanya 5 judul dalam 1 minggu. Kemudian ILB pun harus beragam agar dapat membantu seluruh pelanggan, (7) Mengevaluasi paket yang disediakan apakah sudah

sesuai atau belum, dan apakah paket retail benar-benar dibutuhkan atau tidak, (8) Menyediakan diskon yang beragam, sehingga pelanggan akan semakin nyaman.

DAFTAR RUJUKAN

- Adriantantri, Emmalia. 2008. *Perancangan Ulang Tata letak Fasilitas Produksi Guna Meminimumkan Jarak dan Biaya Material Handling Menggunakan Aplikasi Quantitative System Version 3.0 Pada PT Industri Sandang Nusantara Unit Patal Grati Pasuruan*. Yogyakarta : Prosiding Seminar Nasional Teknoin, halaman 45-50.
- Akbar, H. R., Noor, S., Shah, W., dan Inayatullah. 2010. *QFD As a Tool For Improvement of Car Dashboard*. *Journal of Quality and Technology Management, Volume IV, Issue 1, June, 2010, pd. 1-22*.
- Alexander, Andre., Wahyudi, Didik., dan Budiman, Januar. 2015. *Analisis Kebutuhan Konsumen dan Rekomendasi Perancangan Perumahan dengan Luas Bangunan 36 – 70 m²*. Universitas Kristen Petra.
- Aryantina, Evika., Doeranto, Panji., dan Hidayat, Arif. 2012. *Analisa Kebutuhan Konsumen dalam Pengembangan Produk Minuman Sari Buah Apel melalui Quality Function Deployment (QFD)*. JOM FTEKNIK Volume 3 No. 1 Februari 2016.
- Curcic, S., dan Milunovic, S. 2007. *Product Development Using Quality Function Deployment (QFD)*. *International Journal for Quality research UDK-05.6*.
- Djaali, dan Pudji M. 2008. *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: Grasindo.
- Desilina., Siregar, Mulki., dan Moektiwibowo, Hari. 2016. *Analisis Keputusan Pelanggan dengan Metode Quality Function Deployment (QFD)*.
- Erkarlan, O., dan Yilmaz, H. 2011. *Optimization of Product Design Through Quality Function Deployment and Analytical Hierarchy Process: Case Study Of a Ceramic Washbasin*. METU JFA 2011/1 (28:1) 1-22.
- Hamidullah., Akbar, R., Noor, S., Shah, W., dan Inayatullah. 2010. *Tool for Improvement of Car Dashboard*. *Journal of Quality and Technology Management Volume VI, Issue 1, June, 2010, pg. 1 - 22 QFD AS A*
- Hukumonline.com. 2013. <http://hukumonline.com>.
- _____ . 2016. <http://hukumonline.com>.
- Haming, Murdifin., dan Nurnajamuddin, Mahfud. 2007. *Manajemen Produksi Modern – Operasi Manufaktur dan Jasa*. Penerbit PT Bumi Aksara.
- Heizer, Jay., dan Render, Barry. 2007. Edisi 8. *Principles of Operation Management, Global Edition*. Jakarta
- Heizer, Jay., dan Render, Barry. 2009. Edisi 9. *Operation Management*. Jakarta.
- Homkhiew, C., Ratanawilai, T., dan Pochana, K. 2012. *Application of a Quality Deployment Technique to Design and Develop Furniture Product*. *Songklanakar J. Sci. Technol.* 34 (6), 663-668, Nov-Dec.
- Ictenbas, B. D., dan Eryilmaz, H. 2011. *Quality Function Deployment As a Strategic Planning Tool*. *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*, Vol 3, No 2, ISSN: 1309-8063.
- Irawan, H., Tricahyono, D., dan Hendayani, R. 2016. *Determining the Characteristics of E-SCM for Small and Medium Enterprise in Screen Printing in Indonesia Using Supply Chain Operation Reference and Quality Function Deployment*. *International Journal of Economics, Commerce and Management, Vol. IV, Issue 12, ISSN 23480386*.
- Jaiswal, E. S. 2012. *A Case Study on Quality Function Deployment (QFD)*. *IOSR Journal of Mechanical and Civil Engineering (IOSR-JMCE)*, ISSN: 2278-1684 Volume 3, Issue 6 (Nov-Dec), PP. 27-35.
- Juharsyah, Deni. 2009. *Penerapan Model Maintenance Quality Function Deployment (MQFD) untuk Meningkatkan Kualitas Pemeliharaan pada Industri Pertambangan*. Universitas Indonesia.
- Kho, Dickson. 2017. *Cara Menentukan Jumlah Sampel dengan Rumus Slovin*. <http://teknikelektronika.com/cara-menentukan-jumlah-sampel-dengan-rumus-slovin/>.

- Knowles, Graeme. 2011. *Quality Management*. ISBN 978-87-7681-875-3.
- Kotler, Philip., dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Indeks : Jakarta.
- Parasuraman, A., V.A. Zeithaml, dan L. L. Berry. 1985. *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*. *Journal of Marketing*, Vol. 49, Fall, pp. 41-50.
- Permatasari, Rachmanita., Dania, W. A. P., dan Effendi, Mas'ud. 2014. *Analisis Faktor – Faktor Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan pada Restoran Quick Chicken Sengkilang Malang Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD)*. Universitas Brawijaya.
- Prasad, K. G. D., Subbaiah K. V., Rao, K. N., dan Sastry, C. V. R. S. 2010. *Prioritization of Customer Needs in House of Quality Using Conjoint Analysis*. *International Journal for Quality Research, UDK-005.6, Original Scientific Paper (1.01)*, Vol. 4, No. 2.
- Prekumar, D., dan Balamurugan, M. 2014. *Implementation of Quality Function Deployment in Pump Industry*. *International Journal of Innovative Research in Science, Engineering and Technology, Volume 3, Special Issue 3, March 2014*.
- Pusporini, P., Abhary, K., dan Luong, L. 2013. *Integrating Environmental Requirements into Quality Function Deployment for Designing Eco-Friendly Product*. *International Journal of Materials, Mechanics and Manufacturing*, Vol. 1, No. 1, February, 2013.
- Putra, Wicaksono. 2012. *Menentukan Jumlah Sampel dengan Rumus Slovin*. <http://analisis-statistika.blogspot.co.id/2012/09/menentukan-jumlah-sampel-dengan-rumus.html>.
- Putri, Aprilia., Effendi, Usman., dan Effendi, Mas'ud. 2013. *Analisis Perencanaan Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Konsumen dengan Metode Quality Function Deployment (QFD)*. *Jurnal Industria Vol 4 No 1 Hal 41 – 52*.
- Rahman, Abdul., dan Heri, Supomo Heri. 2012. *Analisis Kepuasan Pelanggan pada Pekerjaan Reparasi Kapal dengan Metode Quality Function Deployment (QFD)*. Volume 1, No.1.
- Rahmatika, Ihsaniati Nur. 2008. *Penerapan Quality Function Deployment (QFD) untuk Mengetahui Tingkat Kepuasan Konsumen Produk Biskuit di PT. Arnott's Indonesia*. Institut Pertanian Bogor.
- Rajeswaran, P. S., dan Gandhinathan, R. 2011. *Application of Quality Function Deployment in Product Development*. *International Journal of Operations System and Human Resource Management*, Vol. 1, No. 1-2, January-December, pp 15-22.
- Russel, Roberta S., dan Taylor, Bernard W. 2011. Edisi 7. *Operations Management – Creating Value Along The Supply Chain*. Jakarta
- Sahuri, Ahmad. 2016. *Analisa Penerapan Model Maintenance Quality Function Deployment (MQFD) untuk Meningkatkan Kualitas Pemeliharaan pada Unit Listrik Aliran Atas Daop 1 Jakarta PT. Kereta Api Indonesia*. Universitas Mercu Buana.
- Santra, Arupratan. 2015. *DMAIC Approach for Defect Predicrability and Control*. *International Journal of Hybrid Information Technology*, Vol. 8, No. 10 (2015), pp. 261-268.
- Shrivastava, Praveen. 2013. *House of Quality: An Effective Approach to Achieve Customer Satisfaction & Business Growth in Industries*. *International Journal of Science and Research, ISSN: 2319-7064*.
- Singh, S., dan Kumar, M. 2014. *Integration of Quality Function Deployment and Target Costing*. *International Journal of Computer Application (0975-8887)*, *National Conference on Advances in Technology & Applied Sciencse (NCATAS-2014)*.
- Siregar, K. R., dan Zakaria, Y. 2015. *The Use of Quality Function Deployment (QFD) Method in Enhancing Quality of Tour Bus Service*. *International Journal of Basic and Applied Service, E-ISSN: 2301-4458; P-ISSN: 2301-8038*.
- Stanton, William J. 1996. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid Kedua, Edisi Ketujuh, tej oleh Rakhmat, A. Erlangga : Jakarta.
- Stevenson, W. J., dan Choung S. M. 2014. *Manajemen Operasi – Perspektif Asia*. Penerbit Salemba Empat.

- Suhendar, Endang., dan Suroto. 2014. *Penerapan Metode Quality Function Deployment (QFD) dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Akademik pada UB*. Universitas Indraprasta PGRI.
- Sutawidjaya, A. H. 2016. *QFD*. Universitas Mercu Buana.
- Tutuhatunewa, Alfredo. 2010. *Aplikasi Metode Quality Function Deployment dalam Pengembangan Produk Air Minum Kemasan*. ARIKA, Vol. 04, No. 1, ISSN: 1978-1105.
- Uno, Ali Indradjid. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada LPP TVRI Stasiun Gorontalo*. Universitas Negeri Gorontalo.
- Widodo, Yudi., dan Ikatrinasari, Zulfa Fitri. 2014. *Implementasi Metode Quality Function Deployment untuk Meningkatkan Kualitas Produk Lift*. Jurnal Ilmiah Teknik Industri, Vol. 2 No. 3, 195 – 203.
- Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa – Desain Servqual, QFD, dan Kano Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*. ISBN (10) 979-062-241-4 dan (13) 978-979-062-241-8.