

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS DAN QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT

Sub Han Wijaya¹⁾, Ahmad²⁾, I Wayan Sukania³⁾

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara

e-mail: ¹⁾sub.545190015@stu.untar.ac.id, ²⁾ahmad@ft.untar.ac.id, ³⁾wayans@ft.untar.ac.id

ABSTRAK

CV. XYZ merupakan badan usaha yang bergerak dibidang manufaktur sarung jok mobil. Masalah yang terjadi adalah terdapat keluhan produk yakni robek, benang mengambang, noda, barang tidak lengkap, dan mengkerut yang dapat menyebabkan pelanggan tidak puas. Penelitian bertujuan mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja perusahaan terhadap aspek pelayanan dan kualitas produk. Analisis tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan diukur dengan metode Importance Performance Analysis, kemudian atribut kebutuhan dan kinerja terkait pelayanan pada kuadran 1 (kuadran prioritas) akan dibentuk usulan perbaikan, didapatkan 2 atribut pelayanan pada kuadran 1 yaitu K3 dan E2. Berdasarkan kedua atribut pelayanan didapatkan saran perbaikan yaitu menambahkan operator atau mesin, dan memberikan pelatihan bagi karyawan. Sedangkan atribut kebutuhan dan kinerja terkait kualitas produk pada kuadran 1 akan dianalisis lebih lanjut dengan metode Quality Function Deployment. didapatkan 5 atribut utama kualitas pada kuadran 1 yaitu K11, KS3, KS4, RE1, dan ES2. dengan penggunaan House of Quality didapatkan prioritas urutan technical response yaitu evaluasi bahan serta konsep pada sarung jok, metode pemasangan sarung jok, pengembangan model sarung jok, varian bahan, varian warna bahan, pilihan desain embossed logo, ketebalan busa, dan menggunakan lembar pengecekan.

Kata kunci: Importance Performance Analysis (IPA), Quality Function Deployment (QFD)

ABSTRACT

CV. XYZ is a business that manufactures car seat covers. The problem that occurs is that there are product complaints, namely torn, floating threads, stains, incomplete items, and wrinkles which can cause customer dissatisfaction. The research aims to measure the level of consumer satisfaction with the company's performance on aspects of service and product quality. Analysis of the level of importance and company performance is measured by the Importance Performance Analysis method, then the needs and performance attributes related to service in quadrant 1 (priority quadrant) will form improvement proposals, 2 service attributes are obtained in quadrant 1, namely K3 and E2. Based on the two service attributes, suggestions are obtained, namely adding operators or machines, and providing training for employees. While the needs and performance attributes related to product quality in quadrant 1 will be further analyzed using the Quality Function Deployment method. 5 main quality attributes were obtained in quadrant 1, namely K11, KS3, KS4, RE1, and ES2. With the use of House of Quality, priority technical response is obtained, namely material evaluation and seat cover concepts, seat cover installation methods, seat cover model development, material variants, material color variants, embossed logo design options, foam thickness, and check sheet.

Keywords: Importance Performance Analysis (IPA), Quality Function Deployment (QFD)

PENDAHULUAN

Seiring berjalannya perkembangan teknologi, dunia industri UKM dituntut untuk dapat selalu bersaing dengan para pesaing dan dapat melakukan inovasi ataupun perkembangan produk dan layanan dengan dukungan perkembangan teknologi yang tepat guna dalam meningkatkan suatu produk secara praktis dan efisien tanpa mengabaikan kualitas produk serta kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan memberikan pengaruh pada penjualan, sehingga kepuasan pelanggan sangat penting untuk diperhatikan bagi perusahaan karena jika pelanggan merasa tidak puas terhadap kualitas produk maupun pelayanan, maka pembeli akan berpotensi beralih pada pesaing yang dianggap lebih unggul. Kemudian dampak yang terjadi adalah

penurunan penjualan sampai mengalami kerugian dan *image* yang buruk pada perusahaan.

Kepuasan pelanggan dapat diukur pada beberapa faktor yakni kualitas produk, harga yang ditawarkan, kualitas pelayanan, *emotional factor*, biaya dan kemudahan [1]. Penelitian berfokus pada kualitas produk dan kualitas pelayanan bertujuan untuk membantu perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan pelayanan serta kualitas produk sesuai dengan kebutuhan dan kepuasan konsumen agar dapat mempertahankan konsumen [2].

CV. XYZ adalah suatu badan usaha yang bergerak dibidang manufaktur sarung jok mobil. CV. XYZ sudah berdiri sejak tahun 2014 yang memulai penjualan secara ritel kepada *sales showroom*, namun seiring perkembangan waktu, CV. XYZ berhasil melakukan bisnis perdagangan sarung jok dengan skala yang cukup besar serta merupakan *supplier* terhadap beberapa perusahaan-perusahaan aksesoris di Jakarta dan Tangerang. Hasil Produk CV. XYZ dapat dilihat pada Gambar 1 dan Gambar 2.



Gambar 1. Sarung Jok Mobil



Gambar 2. Sarung Jok Mobil Terpasang

Pelaksanaan kegiatan operasi pembuatan sarung jok mobil pada CV. XYZ tidak terlepas dari kesalahan yang terjadi, khususnya pada bagian proses produksi. Terdapat kesalahan yang terjadi seperti robek, benang mengambang, noda, barang tidak lengkap, dan mengkerut yang menyebabkan kepuasan pelanggan menurun. Oleh karena itu, CV. XYZ harus melakukan tindakan yang baik untuk dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dalam hal meminimalisir keluhan-keluhan yang terjadi terhadap barang produksi serta meningkatkan pelayanan perusahaan. Contoh keluhan yang terjadi pada CV.XYZ dapat dilihat pada Gambar 3.

Jakarta, 20 Juli 2022

KOMPL. GREEN VILLE BLOK AX. 22 Kepada : +

TANDA TERIMA

NO	NAMA BARANG	Qty	KETERANGAN
1	SC OSCAR XENIA X1300	2 Pcs	Headrest Depan Kiri & Kanan
2	SC COMBINATI YARIS TRD	1 Pcs	Headrest Kurang

YANG MENYERAHKAN

YANG MEMERIMA

Gambar 3. Contoh Keluhan Produk

Penelitian dilakukan untuk menganalisis lebih jauh terkait kepuasan pelanggan terhadap pelayanan perusahaan serta kualitas dari sarung jok dan melakukan perbaikan produk dengan tujuan untuk dapat memenuhi ekspektasi pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dan evaluasi bagi CV. XYZ untuk melakukan perbaikan.

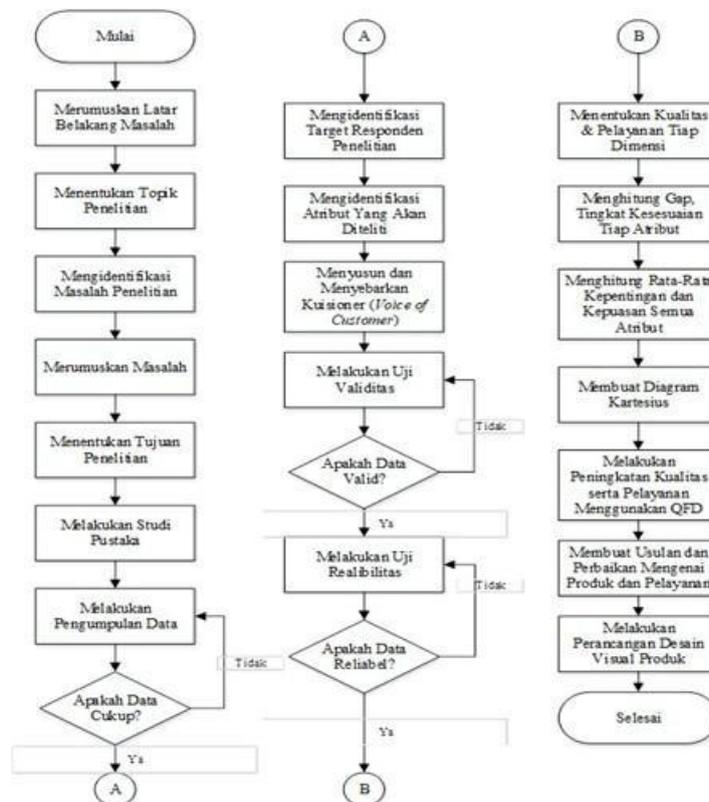
Dalam penelitian ini, analisa tingkat layanan dan kualitas produk akan dilakukan dengan bantuan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Quality Function Deployment* (QFD) untuk meningkatkan kualitas dengan mengetahui apa saja kebutuhan yang diinginkan konsumen serta memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

METODE PENELITIAN

Berikut merupakan jenis data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

1. Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung di lapangan oleh penelitian, melalui hasil observasi pada CV. XYZ dan hasil penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan pelanggan CV. XYZ.
2. Data sekunder adalah data yang tidak diperoleh secara langsung, didapatkan dari membaca dan mempelajari media lain, bahan pustaka dan literatur.

Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket) membahas terkait atribut yang mengacu pada aspek layanan dan kualitas produk. Penelitian dilakukan penyebaran kuesioner kepada 13 responden yang merupakan pelanggan perusahaan yang bekerja sama dengan CV.XYZ (*business to business*). Kuesioner meliputi 33 atribut yang terdiri dari 14 atribut pelayanan serta 19 atribut kualitas produk untuk mendapatkan *voice of customer*. Analisis tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan diukur dengan metode *Importance Performance Analysis*, kemudian atribut kebutuhan dan kinerja terkait pelayanan pada kuadran 1 (kuadran prioritas) akan dibentuk usulan perbaikan, Sedangkan atribut kebutuhan dan kinerja terkait kualitas produk pada kuadran 1 akan dianalisis lebih lanjut dengan metode *Quality Function Deployment*, penggunaan *House of Quality* untuk mendapatkan prioritas *technical response*. Pengolahan data menggunakan metode *mixed methods*. Metode kualitatif dengan wawancara dan pengolahan data menggunakan metode kuantitatif. Untuk mengetahui urutan penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Flowchart Metode Penelitian

Berikut merupakan langkah penelitian secara detail dapat dilihat sebagai berikut.

1. Merumuskan latar belakang dengan tujuan mengetahui tentang permasalahan yang perlu difokuskan.
2. Menentukan topik penelitian, kemudian dibentuk topik yang sesuai dengan topik masalah bahasan pada penelitian.
3. Mengidentifikasi masalah untuk dijadikan penyebab suatu penelitian terjadi untuk dilakukan.
4. Melakukan perumusan masalah, membantu agar masalah yang dibahas tidak keluar dari topik serta dapat fokus pada topik utama.
5. Menentukan tujuan penelitian, agar mengetahui maksud yang akan dibahas dari suatu penelitian.
6. Melakukan studi pustaka, mengenal dan menambah wawasan dapat dari jurnal serta referensi terkait topik yang ditentukan, bertujuan agar dapat mengikuti perkembangan pada ilmu dan wawasan bidang terkait.
7. Melakukan pengumpulan data, data yang diperlukan pada penelitian ini adalah data mengenai data kualitas pelayanan maupun kualitas produk serta informasi terkait CV.XYZ dilakukan melalui wawancara terhadap operator dan pihak terkait.
8. Mengidentifikasi target respon penelitian dilakukan agar tepat pada sasaran dan dapat hasil *voice of customer* dapat maksimal.
9. Mengidentifikasi atribut yang akan diteliti, dengan tujuan bahasan yang difokuskan dapat mengkerucut dan dapat fokus pada tujuan penelitian.
10. Menyusun dan menyebarkan kuesioner, berdasarkan atribut yang telah diidentifikasi dilakukan dengan bentuk penyebaran kuesioner kepada target respon yang sudah ditentukan (Data primer).
11. Setelah data terkumpul, dilakukan, uji validitas dengan menggunakan aplikasi SPSS.
12. Kemudian, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan aplikasi SPSS.
13. Menentukan kualitas dari segi pelayanan dan kualitas berdasarkan data kuesioner responden, dibagi berdasarkan dimensi kualitas dan dimensi pelayanan
14. Menghitung *gap* serta tingkat kesesuaian dengan tujuan untuk mengetahui antara perbedaan ekspektasi dan persepsi pelanggan.
15. Melakukan perhitungan rata-rata tingkat kepuasan pada semua atribut dengan tujuan untuk mengetahui titik x (persepsi) dan titik y (harapan), titik ini akan dibutuhkan untuk diagram kartesius.
16. Membuat diagram kartesius untuk mengetahui kuadran prioritas pada atribut.
17. Atribut kuadran 1 untuk atribut pelayanan akan dibentuk usulan dan saran, kemudian atribut kualitas akan ditindaklanjuti dengan metode QFD dengan penggunaan *house of quality*.
18. Membuat usulan dan saran terkait kualitas produk berdasarkan hasil QFD.
19. Melakukan perancangan sebagai peningkatan kualitas berdasarkan hasil analisa QFD.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil kuesioner dimana memiliki 33 atribut yang terdiri dari 14 atribut pelayanan serta 19 atribut kualitas produk. Sebanyak 13 responden yang merupakan pelanggan CV. XYZ. Berikut merupakan atribut yang digunakan dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 1. Atribut Pelayanan dan Kualitas

No	Dimensi	Kode	Keterangan
1	Reliability	K1	Perusahaan sigap melayani pesanan pelanggan
2		K2	Ketepatan perusahaan menyediakan barang sesuai pesanan
3		K3	Kemampuan perusahaan dalam memberikan barang tepat waktu
4		K4	Kemampuan perusahaan menjelaskan informasi tentang produk

Lanjutan Tabel 1. Atribut Pelayanan dan Kualitas

No	Dimensi	Kode	Keterangan
5	Tangible	B1	Karyawan berpakaian rapi
6		B2	Toilet yang bersih
7	Responsiveness	D1	Respon perusahaan cepat dalam menanggapi teguran atau komplain terhadap hasil produksi
8		D2	Tersedia saluran telepon (menggunakan fitur whatsapp atau aplikasi chat online lainnya)
9	Assurance	J1	Perusahaan mengganti produk yang rusak menjadi produk yang baru
10		J2	Pelanggan mampu menaruh kepercayaan kepada perusahaan ketika membeli produk.
11	Empathy	E1	Perusahaan menerima kritik dan saran dari pelanggan dengan baik.
12		E2	Perusahaan melakukan komunikasi dengan perhatian dan ramah oleh pelanggan
13		E3	Kemampuan perusahaan memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian
14		E4	Perusahaan memiliki jam operasional yang baik
15	Kinerja	KI 1	Produk sarung jok memiliki keunggulan dibanding kompetitor
16		KI 2	Produk sarung jok dapat melindungi jok asli mobil
17	Durability	DU 1	Produk yang dihasilkan tahan lama/aman untuk digunakan jangka panjang (awet)
18		DU 2	Sarung jok tidak mudah robek ketika digunakan
19		DU 3	Sarung jok tidak berbau
20	Kesesuaian dengan Spesifikasi	KS 1	Sarung jok mobil yang diproduksi sesuai dengan standar kualitas yang ditawarkan
21		KS 2	Kebersihan produk setelah diterima oleh pengguna
22		KS 3	Sarung jok menggunakan kualitas bahan yang tebal
23		KS 4	Sarung jok menggunakan tekstur bahan yang nyaman digunakan (halus)
24		KS 5	Sarung jok menggunakan karet yang baik (dapat diikat dengan baik)
25		KS 6	Sarung jok pas dengan jok mobil (Tidak kendor)
26		KS 7	Sarung jok menggunakan benang yang baik (warna yang cocok dengan bahan serta kuat)
27		KS 8	Sarung jok menggunakan perekat yang kuat menempel
28		KS 9	Sarung jok membuat pengguna merasa lebih praktis, efektif dan efisien
29	Fitur	FI 1	Badan usaha memberikan kemudahan untuk bertransaksi produk Sarung jok menawarkan banyak pilihan mobil pada sarung jok
30	Reliabilitas	RE 1	Produk yang ditawarkan memiliki kelengkapan yang baik
31	Estetika	ES 1	Sarung jok menawarkan banyak pilihan mobil pada sarung jok
32		ES 2	Produk yang ditawarkan memiliki desain yang baik (tidak membosankan)
33		ES 3	Produk yang diproduksi mempengaruhi nilai estetika mobil

Kemudian akan dilakukan pengujian data, uji validitas dan uji reliabilitas. Data yang digunakan adalah data kuesioner pada masing-masing atribut.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui atribut yang dilakukan adalah valid atau tidak [3]. Data dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel [4]. Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan dengan *software* IBM SPSS Statistic 26 dengan jumlah responden sebanyak 13 responden dan R tabel sebesar 0,602 dihasilkan pembuktian bahwa data variabel valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan pada atribut cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena atribut tersebut sudah baik [5]. Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang telah dihitung menggunakan *software* IBM SPSS Statistic 26, didapatkan bahwa nilai uji reliabilitas Cronbach's Alpha Persepsi sebesar 0,758 dan nilai uji

reliabilitas Cronbach's Alpha harapan sebesar 0,784. Kesimpulan hasil uji reliabilitas adalah reliabel atau dapat diandalkan dikarenakan memiliki nilai alpha > 0,7 artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*).

Nilai Gap

Gap analysis merupakan metode pengukuran untuk mengetahui kesenjangan (*gap*) antara kinerja suatu variabel dengan harapan konsumen terhadap suatu variabel [6]. Perhitungan nilai *gap* jika memiliki nilai *gap negatif* maka layanan dan produk CV.XYZ belum memenuhi harapan sehingga perlu dilakukan perancangan, *gap nol* maka layanan dan kualitas produk CV.XYZ sudah sesuai dengan harapan pelanggan, dan *gap positif*, maka layanan CV.XYZ telah melebihi harapan pelanggan. Diagram hasil nilai *gap* antara persepsi dan harapan pelanggan (nilai *gap* dalam minus) dapat dilihat pada Tabel 2 [7].

Tabel 2. *Gap*

Atribut	Mean Performance X	Mean Importance Y	Gap	Kesesuaian (%)
K1	4,000	4,385	-0,38	91
K2	4,000	4,308	-0,31	93
K3	3,923	4,462	-0,54	88
K4	4,462	4,538	-0,08	98
B1	4,000	4,385	-0,38	91
B2	4,077	4,462	-0,38	91
D1	4,000	4,462	-0,46	90
D2	4,385	4,615	-0,23	95
J1	3,692	3,923	-0,23	94
J2	4,077	4,308	-0,23	95
E1	4,000	4,308	-0,31	93
E2	3,692	4,538	-0,85	81
E3	4,077	4,308	-0,23	95
E4	4,077	4,462	-0,38	91
KI 1	3,923	4,615	-0,69	85
KI 2	3,846	4,385	-0,54	88
DU 1	3,923	4,231	-0,31	93
DU 2	4,077	4,385	-0,31	93
DU 3	3,769	4,231	-0,46	89
KS 1	3,615	4,385	-0,77	82
KS 2	4,000	4,231	-0,23	95
KS 3	3,538	4,615	-1,08	77
KS 4	3,692	4,538	-0,85	81
KS 5	4,077	4,154	-0,08	98
KS 6	3,846	4,385	-0,54	88
KS 7	4,154	4,385	-0,23	95
KS 8	4,462	4,769	-0,31	94
KS 9	3,538	4,385	-0,85	81
FI 1	4,154	4,538	-0,38	92
RE 1	3,692	4,462	-0,77	83
ES 1	4,308	4,615	-0,31	93
ES 2	3,923	4,538	-0,46	86
ES 3	4,000	4,462	-0,62	90
Rata-Rata	3,969697	4,417249		

Untuk mendapatkan nilai kesenjangan dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$Q = P - E \tag{1}$$

Keterangan:

Q = *Quality of Service*

P = Persepsi

E = Ekspektasi/ Harapan

Untuk mendapatkan tingkat kesesuaian dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Kesesuaian: } \frac{\sum X_i}{\sum Y_i} \times 100\% \quad (2)$$

Keterangan:

- $\sum X_i$: nilai rata-rata persepsi pada n
- $\sum Y_i$: nilai rata-rata harapan pada n

Contoh perhitungan GAP pada Atribut K1 dapat dilihat sebagai berikut.

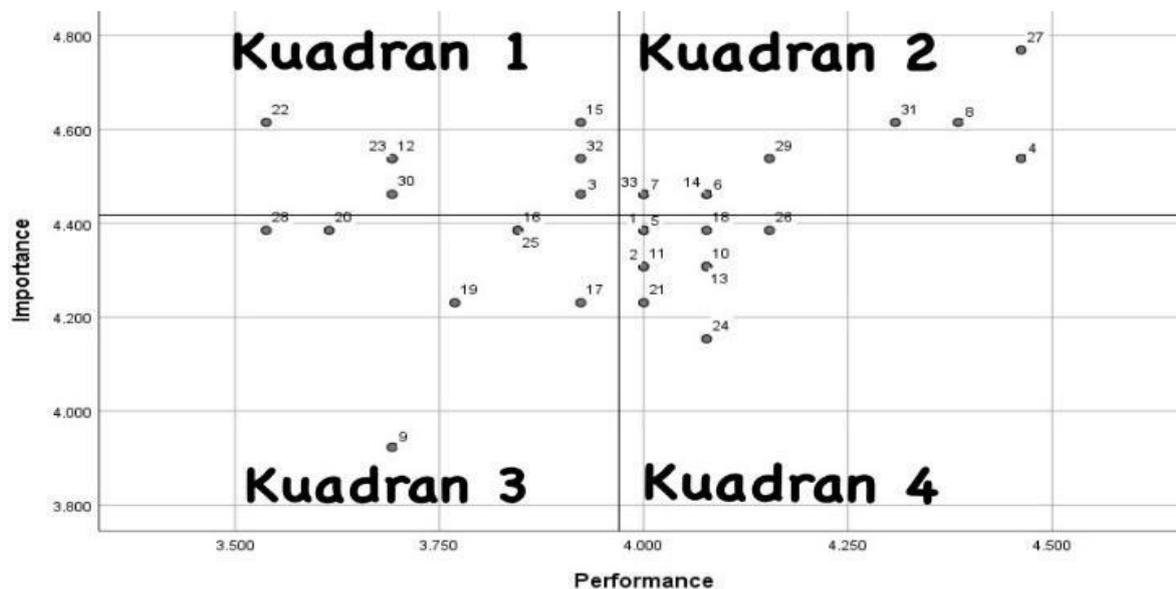
$$Q = P - E = 4 - 4,385 = -0,385$$

$$TK = \frac{\sum X_i}{\sum Y_i} \times 100\% = \frac{4}{4,385} \times 100\% = 91\%$$

Berdasarkan contoh perhitungan pada atribut K1, didapatkan bahwa kesenjangan antara persepsi dan harapannya adalah sebesar -0,385 dan memiliki tingkat kesesuaian yakni 91%.

Berdasarkan Tabel 2 adalah rata-rata keseluruhan *gap* pada tiap atribut. Dapat dilihat tabel, diketahui semua pada masing-masing atribut memiliki dimensi *negative*, dengan gap tertinggi pada kode ks 3 yakni sarung jok menggunakan kualitas bahan yang tebal sebesar -1,27 dan terendah yakni -0,09 yaitu mengenai sarung jok menggunakan karet yang baik dan kemampuan perusahaan menjelaskan informasi tentang produk. Hal tersebut menandakan bahwa terdapat persepsi pelanggan lebih kecil dibandingkan harapan yang diinginkan oleh pelanggan dibanding ekspektasi pelanggan (pelanggan merasa tidak puas). Sehingga guna meningkatkan kepuasan perlu dilakukan perkembangan atau *improve* baik dalam segi pelayanan maupun kualitas sarung jok mobil karena dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan berpengaruh pada penjualan.

Tahap *Importance Performance Analysis* (IPA) dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor penting yang perlu ditingkatkan performanya oleh CV. XYZ agar dapat memuaskan pelanggannya [8]. Kemudian akan dilanjutkan pada diagram kartesius Diagram kartesius menjelaskan mengenai pemetaan dari nilai kepuasan konsumen (x) dan nilai kepentingan konsumen (y) pada masing-masing atribut [9], dari hasil tersebut maka akan terbentuk matriks yang terdiri dari empat kuadran. Selain itu berguna untuk menentukan prioritas perbaikan dari atribut-atribut yang ada [10]. Diagram kartesius dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Diagram Kartesius

- a) Kuadran 1
Pada kuadran 1 akan menunjukkan atribut-atribut yang menjadi prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan (*improve*) pada pihak perusahaan dikarenakan pada kenyataannya dapat dinilai belum sesuai dengan harapan pada pelanggan. Kode atribut pada kuadran ini adalah 3-K3, 12-E2, 15-KI 1, 22-KS3, 23-KS4, 30-RE1, dan 32-ES2.
- b) Kuadran 2
Pada kuadran ini akan menunjukkan atribut-atribut yang akan dianggap penting, dan telah sesuai dengan harapan para pelanggan oleh karena itu, pihak CV. XYZ perlu mempertahankan atas atribut-atribut ini. Kode atribut pada kuadran 2 adalah 4-K4, 6-B2, 7-D1, 8-D2, 14-E4, 27-KS8, 29-FI1, 31-ES, dan 33-ES3.
- c) Kuadran 3
Pada kuadran ini menunjukkan atribut-atribut yang kurang penting bagi pelanggan, namun dalam pelaksanaannya sudah dianggap cukup baik. Kode atribut pada kuadran 3 adalah 9-J1, 6-KI2, 17-DU1, 19-DU3, 20-KS1, 28- KS 9, dan 25-KS6.
- d) Kuadran 4
Pada kuadran ini menunjukkan atribut-atribut yang dinilai berlebihan oleh pelanggan, karena pelanggan beranggapan hal tersebut tidak begitu penting, namun dalam pelaksanaannya, perusahaan CV. XYZ sudah melakukannya dengan baik. Kode atribut pada kuadran 4 adalah 1-K1, 2-K2, 5-B1, 10-J2, 11-E1, 13-E3, 18-DU2, 21-KS2, 24-KS5, dan 26-KS7.

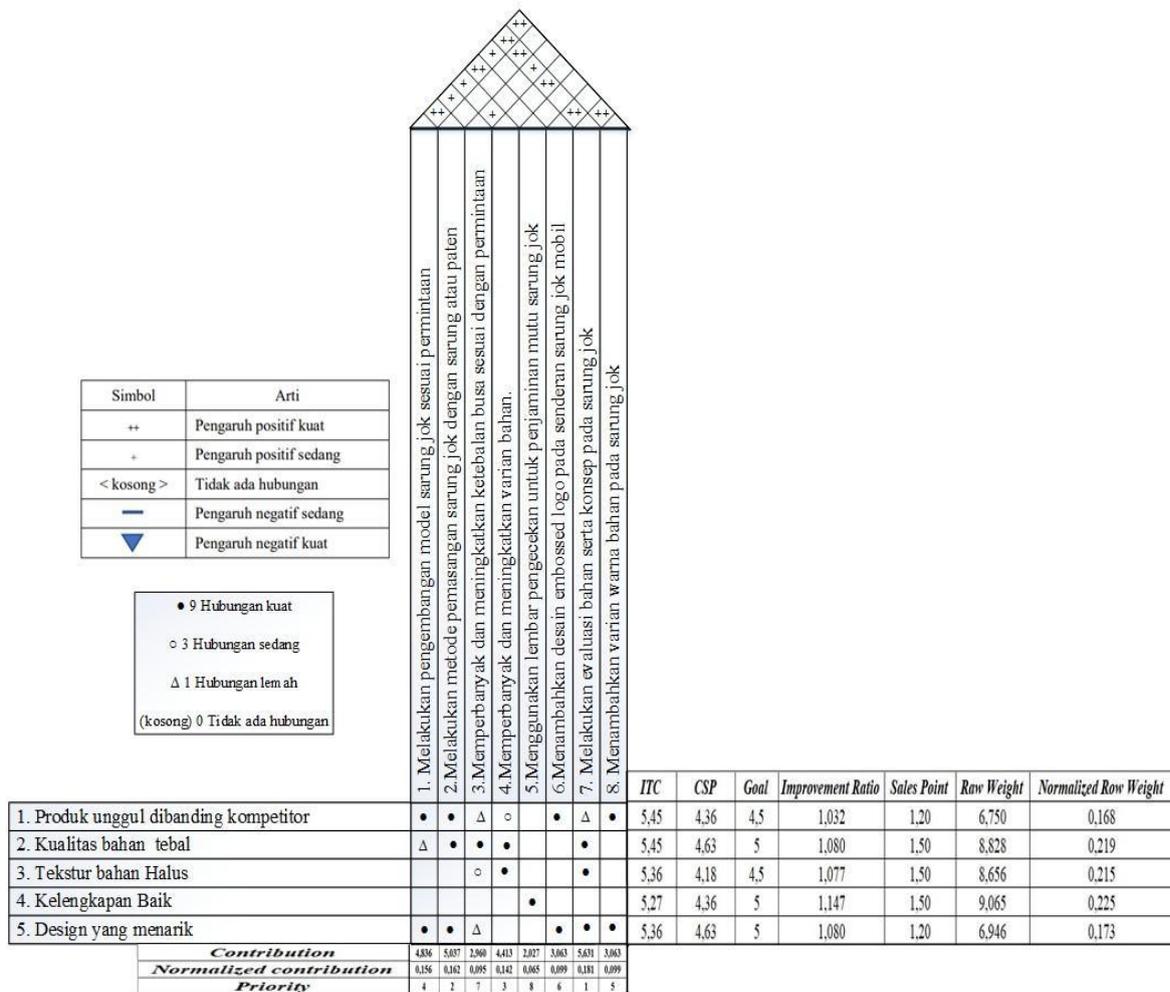
Berdasarkan diagram kartesius pada kuadran 1 akan ditindaklanjuti karena merupakan kuadran prioritas masalah utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, didapatkan 7 atribut pada kuadran 1 yang terdiri dari 5 atribut terkait kualitas produk (KI1, KS3, KS4, RE1, dan ES2) dan 2 atribut terkait pelayanan (K3 dan E2), 2 atribut pelayanan akan dibentuk usulan saran untuk dilakukan perbaikan terkait masalah prioritas tersebut dapat dilihat sebagai berikut.

1. Perusahaan menambahkan operator dan mesin untuk memproduksi barang dengan tepat waktu.
2. Memberikan pelatihan bagi karyawan untuk bagaimana cara menanggapi pesanan atau melakukan komunikasi dengan pelanggan agar lebih ramah dan perhatian.

Kemudian pada atribut kualitas pada kuadran 1 akan dilakukan pengolahan data lebih lanjut dengan menggunakan metode QFD pada penggunaan *House of Quality*.

House of Quality

Bagian terpenting dari metode QFD adalah dengan membuat *house of quality* [11]. Atribut yang berada pada kuadran 1 (prioritas) dilanjutkan pada proses QFD menggunakan *house of quality* terkait dengan produk yang unggul dibanding kompetitor, kualitas bahan tebal, tekstur bahan halus, kelengkapan baik, dan desain yang menarik. Tujuan penggunaan *House of Quality* adalah untuk mengetahui apa saja kebutuhan yang diinginkan konsumen serta memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen dengan mendapatkan prioritas utama usulan perbaikan untuk CV. XYZ sehingga setelah dilakukan perbaikan sesuai urutan prioritas diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga mencapai ekspektasi pelanggan bahkan melebihinya [12]. *House of quality* berkaitan dengan usulan perbaikan terhadap produk dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. House of Quality

Berdasarkan Gambar 6, berdasarkan *normalized contributions*, didapatkan respon teknis serta prioritas respon teknis untuk dilakukan perbaikan yakni sebagai berikut:

1. Melakukan evaluasi bahan serta konsep pada sarung jok
2. Melakukan metode pemasangan sarung jok dengan sarung atau paten
3. Melakukan pengembangan model sarung jok sesuai permintaan
4. Memperbanyak dan meningkatkan varian bahan
5. Memperbanyak varian warna bahan pada sarung jok
6. Menambahkan pilihan design *embossed* logo pada senderan sarung jok
7. Memperbanyak dan meningkatkan ketebalan busa sesuai dengan permintaan
8. Menggunakan lembar pengecekan untuk penjaminan mutu sarung jok mobil.

KESIMPULAN

Berdasarkan *gap analysis*, diketahui semua pada masing-masing atribut memiliki dimensi *negative*, dengan gap tertinggi pada kode KS 3 yakni sarung jok menggunakan kualitas bahan yang tebal sebesar -1,27 dan terendah pada kode KS5 dan K4 yakni -0,09 yaitu mengenai sarung jok menggunakan karet yang baik dan kemampuan perusahaan menjelaskan informasi tentang produk. Hal tersebut menandakan bahwa terdapat persepsi pelanggan lebih kecil dibandingkan harapan yang diinginkan oleh pelanggan dibanding ekspektasi pelanggan dapat dikatakan bahwa pelanggan merasa tidak puas.

Berdasarkan diagram kartesius masalah prioritas (kuadran 1) adalah pada pelayanan yakni kemampuan perusahaan dalam memberikan barang tepat waktu. (3-K3) dan

perusahaan melakukan komunikasi dengan perhatian dan ramah oleh pelanggan. Pada kualitas produk adalah (12-E2), produk sarung jok CV. XYZ memiliki keunggulan dibanding kompetitor. (15-KI 1), sarung jok menggunakan kualitas bahan yang tebal. (22-KS3), sarung jok menggunakan tekstur bahan yang nyaman digunakan (23-KS4), produk yang ditawarkan memiliki kelengkapan yang baik. (30-RE1), dan produk yang ditawarkan memiliki desain yang baik (tidak membosankan) (32-ES2) dimana semua atribut tersebut adalah masalah utama yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan CV.XYZ sehingga harus dijadikan skala prioritas utama bagi badan untuk diperbaiki.

Saran perbaikan guna meningkatkan kualitas pelayanan yaitu perusahaan menambahkan operator atau menambah mesin untuk memproduksi barang dengan tepat waktu dan memberikan pelatihan bagi karyawan untuk bagaimana cara menanggapi pesanan atau melakukan komunikasi dengan pelanggan agar lebih ramah dan perhatian.

Saran guna perbaikan terkait prioritas respon teknis peningkatan kualitas sarung jok yakni pertama melakukan evaluasi bahan serta konsep pada sarung jok, kedua melakukan metode pemasangan sarung jok dengan sarung atau paten, ketiga melakukan pengembangan model sarung jok sesuai permintaan, keempat memperbanyak dan meningkatkan varian bahan, kelima memperbanyak varian warna bahan pada sarung jok, keenam menambahkan design *embossed* logo pada senderan sarung jok, ketujuh memperbanyak dan meningkatkan ketebalan busa sesuai dengan permintaan, kedelapan menggunakan lembar pengecekan untuk penjaminan mutu sarung jok mobil.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Irawan, Prinsip Kepuasan Pelanggan, Jakarta : Elex Media Komputindo, 2015.
- [2] N. Kurniawati, "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen," *Eco Entrepreneur*, vol. 1, pp. 48-55, 2015.
- [3] N. Dyana, "Analisis QFD Untuk Perbaikan Produk Thai Tea Merek Kaw-Kaw di UKM Waralaba di Landungsari, Malang," *Jurnal Valtech*, vol. 3, pp. 154, 2020.
- [4] F. Yusup, "Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif," *Jurnal Tarbiyah*, vol. 7, no. 1, pp. 17-23, 2018.
- [5] M. F. R. M. Arfandi Ahmad, "Studi Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Berbelanja Pada Indomaret Lajoa Kabupaten Soppeng," *Journal of Industrial Engineering Management*, vol. 3, no. 2, pp. 11, 01 November 2018.
- [6] N. Wahyuni, "Gap analysis," Binus, 28 September 2014. [Online]. Available: <https://qmc.binus.ac.id/>. [Accessed 30 09 2022].
- [7] I. K. S. d. W. T. Y. Nofi Erni, "Peningkatan Kualitas Pelayanan dengan Metode Servqual dan Triz di PT.XYZ," *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, vol. 2, pp. 96, 2014.
- [8] Y. E. Andana Haris Goenawan, "Analisis Kepuasan Pelanggan di Metro Musik Malang Dengan Menggunakan Metode Servqual, IPA, dan QFD," *Jurnal Sains dan Aplikasi Keilmuan Teknik Industri*, vol. 1, no. 1, pp. 38, 2021.
- [9] J. P. Johan Oscar Ong, "Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Importance Performance Analysis di SBU Laboratory Cibitung PT Sucofindo," *J@TI Undip*, vol. 9, no. 1, pp. 5, 2014.
- [10] R. Kusumadiningrum, "Analisis Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Kantin ITN Malang Kampus 1 Menggunakan Metode Service Quality," *Jurnal Valtech*, vol. 3, no. 2, pp. 180, 2020.
- [11] P. D. R. M. I. G. Hendra Frenky Tampubolon, "Optimasi Quality Function Deployment Berbasis Model Kano Untuk Memaksimalkan Kepuasan Pelanggan," *e-Jurnal Teknik Industri FT USU*, vol. 1, no. 1, pp. 10, 2013.
- [12] A. A. T. S. & S. R. Bolar, "Framework for prioritizing," *International Journal of Sustainable Built*, vol. 6, no. 1, pp. 16-29, 2017.