

KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN PT INTERYASA DUMAI MENGGUNAKAN METODE *SERVICE QUALITY (SERVQUAL)* DAN *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)*

Soni Fajar Mahmud

Program Studi Teknik Industri, Sekolah Tinggi Teknologi Dumai
Jl. Utama Karya Bukit Batrem II
e-mail: sfajarmahmud@gmail.com

ABSTRAK

Dalam bisnis jasa, perusahaan harus dapat memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Penelitian ini dilakukan di Dumai dengan membuat kuesioner dengan menggunakan variabel *Service quality (Servqual)* dan *Quality Function Deployment (QFD)*, dimana didalam variabel *Servqual* terdapat 5 dimensi, yaitu: *Tangibles, Reliability, Responsivness, Assurance dan Empathy*. Dari analisis terhadap 55 sampel diperoleh data yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa tidak puas terhadap pelayanan PT.Interyasa Dumai Untuk meningkatkan kualitas layanan PT.Interyasa Dumai harus melakukan perbaikan terhadap kinerjanya, serta perusahaan juga harus konsisten dalam melakukan pelayanan pada konsumen.

Kata Kunci: Kepuasan pelanggan, *Servqual*, *QFD*

ABSTRACT

In the service business, the company must be able to provide services in accordance with what is expected customers. This research was conducted in Dumai by making a questionnaire using Service Quality (Servqual) and Quality Function Deployment (QFD), which in Servqual variable there are 5 dimensions, namely: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy. From the analysis of 55 samples obtained data which indicates that the customer is not satisfied with PT.Interyasa Dumai service. To improve the quality of PT.Interyasa Dumai service must make improvements to its performance, and the company must also be consistent in performing services to consumers.

Keywords: Customer satisfaction, Servqual, QFD

Pendahuluan

Persaingan yang ketat antar perusahaan timbul karena semakin selektifnya konsumen dalam memilih dan menggunakan produk atau jasa. Situasi ini memacu setiap perusahaan untuk menghasilkan kualitas produk atau jasa yang lebih baik sesuai dengan harapan pemakainya, sehingga kepuasan dari pelanggan dapat terpenuhi. Untuk dapat memenangkan persaingan dalam dunia bisnis, hal utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).

Setiap perusahaan harus mampu menyediakan produk sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan. Begitu pula dalam bisnis jasa perusahaan harus dapat memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan, sehingga kualitas sesuatu yang harus diputuskan oleh pelanggan. Oleh karena itu, dirasa perlu untuk melakukan penelitian tentang kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PT Interyasa Dumai menggunakan metode *Service Quality (Servqual)* dan *Quality Function Deployment (Qfd)*

Metode Penelitian

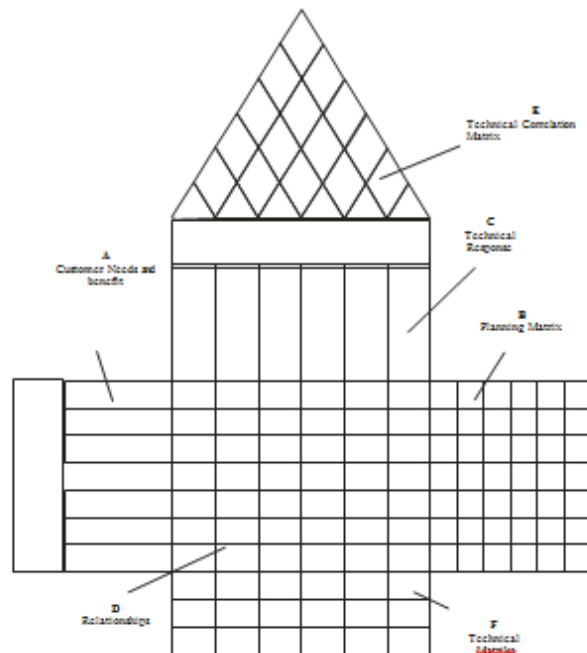
Pada penelitian ini, metode pengukuran kepuasan pelanggan yang digunakan adalah metode *servqual* yang meliputi lima dimensi kualitas jasa yaitu; *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Berikut penjelasan mengenai ke-5 dimensi di atas, yaitu:

1. *Tangibles* (bukti langsung), menggambarkan fasilitas fisik, perlengkapan, dan tampilan dari personalia serta kehadiran para pengguna.
2. *Reliability* (keandalan), merujuk kepada kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan handal.
3. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan serta memberikan perhatian yang tepat.
4. *Assurance* (jaminan), merupakan karyawan yang sopan dan berpengetahuan luas yang memberikan rasa percaya serta keyakinan.
5. *Empathy* (empati), mencakup kepedulian serta perhatian individual kepada para pengguna.

House of Quality (HoQ)

Proses QFD meliputi penyusunan satu atau lebih matriks. Matriks yang pertama disebut rumah mutu (*House of Quality*), yang merupakan matriks perencanaan dan pengembangan produk atau jasa. HOQ menunjukkan keinginan konsumen (suara dari konsumen) yang terletak di

sebelah kiri dan respon teknis dari tim pengembangan untuk menemui keinginan yang berada sepanjang atas matriks.



Keterangan:

- a. Bagian A: *Customer Needs and Benefits*
- b. Bagian B: *Planning Matriks*
- c. Bagian C: *Technical Responses*
- d. Bagian D: *Relationship*
- e. Bagian E: *Technical Correlation*
- f. Bagian F: *Technical Matriks*

Gambar 3. *House of Quality*

Manfaat *Quality Function Deployment*

Adapun manfaat dari *Quality Function Deployment* (Ariani, 2009) antara lain sebagai berikut:

- a. Mengurangi Biaya
Hal ini dapat terjadi karena produk yang dihasilkan benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan, sehingga tidak ada pengulangan pekerjaan atau pembuangan bahan baku karena tidak sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan oleh pelanggan.
- b. Meningkatkan pendapatan
Dengan mengurangi biaya, maka hasil yang kita terima akan lebih meningkat.
- c. Pengurangan waktu produksi

QFD adalah kunci penting dalam pengurangan biaya produksi. QFD akan membuat tim pengembangan produk atau jasa untuk membuat keputusan awal dalam proses pengembangan.

Selain manfaat tersebut di atas, manfaat lain dari *Quality Function Deployment* (Purnomo, 2005) adalah:

- a. Fokus pada pelanggan
QFD memerlukan masukan dan umpan balik dari pelanggan. Informasi berupa masukan dan umpan balik tersebut merupakan persyaratan pelanggan yang spesifik.
- b. Efisiensi waktu
Dengan teridentifikasi persyaratan-persyaratan pelanggan QFD dapat mengurangi waktu dalam pengembangan produk.
- c. Berusaha *teamwork* (kerja sama tim)
Karena keputusan dalam proses berdasarkan konsensus dan melalui diskusi, maka setiap individu memahami posisinya di dalam tim. Hal itu dapat memperkokoh kerja tim.
- d. Berorientasi pada dokumentasi
Dokumen mengenai semua data yang berhubungan dengan segala proses dan perbandingan persyaratan pelanggan merupakan hasil dari proses QFD.

Dalam penelitian ini, data diambil dari populasi pelanggan PT.Interyasa Dumai yang berjumlah 120 orang pelanggan. Sampel diambil dengan menggunakan rumus slovin, pengambilan sampel dilakukan menggunakan Teknik *Sampling insidental*. *Sampling insidental* adalah pengambilan sampel dengan secara kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu saat mengambil sampel.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (1)$$

Dimana :

- n = Ukuran sampel
N = Ukuran populasi
e² = Tingkat ketelitian

Dari keterangan diatas dapat dihitung sampel minimal untuk penelitian ini adalah 55 Sampel.

Hasil dan Pembahasan

Perhitungan Nilai GAP

Nilai *Servqual* setiap dimensi kualitas akan diperinci dalam variabel pendukungnya.

Dimensi <i>Servqual</i>	Variabel	Ekspektasi	Persepsi	Gap
<i>Tangible</i>	Var1	4,71	4,42	-0,29
	Var2	4,60	4,13	-0,47
	Var3	4,13	4,13	0,00
	Var4	4,20	4,13	-0,07
	Var5	4,38	4,38	0,00
<i>Reliability</i>	Var6	4,42	4,42	0,00
	Var7	4,27	4,27	0,00
	Var8	4,42	4,42	0,00
	Var9	4,35	4,35	0,00
<i>Responsiveness</i>	Var10	4,27	4,27	0,00
	Var11	4,20	4,20	0,00
	Var12	4,26	4,25	-0,01
	Var13	4,20	4,20	0,00
	Var14	4,10	4,09	-0,01
<i>Assurance</i>	Var15	4,20	4,20	0,00
	Var16	4,26	4,25	-0,01
	Var17	4,31	4,31	0,00
	Var18	4,22	4,22	0,00
	Var19	4,18	4,18	0,00
<i>Empaty</i>	Var20	4,42	4,42	0,00
	Var21	4,13	4,13	0,00
	Var22	4,42	3,78	-0,64
	Var23	4,42	4,42	0,00
	Var24	4,26	4,11	-0,15
	Var25	4,10	4,09	-0,01

Sumber: Pengolahan Data, 2015

Penyusunan *Customer Needs and Benefits* didapat dari hasil wawancara dengan pelanggan. *Customer Needs and Benefits* ini akan menjadi suara konsumen (*voice of customer*). Data untuk *voice of customer* diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel penelitian. Terdapat dua puluh lima suara konsumen yang berbagi pada tujuh variabel, yang merupakan kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap PT. Interyasa Dumai.

		TECHNICAL RESPONSES					
		VOICE OF CUSTOMER					
		Menilai kinerja karyawan	Memberikan pelatihan kepada karyawan.	Karyawan dituntut untuk aktif dan kreatif	memberikan jaminan terhadap produk	Menyediakan fasilitas fisik yang memuaskan	Suka bunga yang ringan, proses cepat dan mudah
Fasilitas Fisik Kantor	Halaman Parik						0.4
	Ruang Tunggu						0.4
	Kebersihan Itungan						0.4
	Tempat Duduk						0.4
PENGETAHUAN KARYAWAN	Memberikan informasi yang mudah dipahami						
	Menyambut kebutuhan pelanggan	0.2	0.2	0.3			
	Pengetahuan yang luas dan akurat	0.2	0.2	0.3			
INFORMASI YANG LENGKAP	Menjelaskan informasi secara lengkap	0.2	0.2	0.3			
	Langsung dari sumbernya			0.1			
	Informasi berimbang dan jelas			0.1			
JAMINAN PELAYANAN	Syarat dan ketentuan kredit yang berlaku						
	Tingkat suku bunga yang wajar						
	Asuransi kerusakan barang				0.2		
	Asuransi kehilangan barang				0.2		
	Kemudahan proses pengajuan kredit			0.2			
	Kemudahan proses pembayaran			0.2			
JAMINAN KUALITAS BARANG	Barang asli/ Bukan tiruan				0.2		
	Kelengkapan dan surat-surat barang				0.2		
	Kualitas barang yang ditawarkan				0.2		
PENAMPILAN KARYAWAN	Wajah karyawan	0.2					
	Seragam kerja karyawan	0.2					
	Kondisi karyawan seperti menyambut badan dll	0.2					
KEMAMPUAN BEBASING	Tingkat suku bunga						0.4
	Tersedianya barang yang dibutuhkan konsumen						0.2
	jumlah barang yang dibutuhkan mencukupi						0.2

Gambar 4.1 Relationship antara voice of customer dengan technical responses

Sumber: Pengolahan data, 2015

Technical Responses merupakan hasil penterjemahan dari keinginan konsumen yang dapat diukur untuk menentukan target yang akan dicapai dan untuk menentukan atribut mana yang nantinya akan dikembangkan. Untuk menentukan parameter mana yang harus dinaikkan atau diturunkan, tentunya kita harus wawancara dan konsultasi dengan pihak manajemen perusahaan, untuk mengetahui *Technical Responses* yang sesuai dengan keinginan konsumen. Adapun *Technical Responses* yaitu a) Menilai kinerja karyawan; b) Memberikan pelatihan kepada karyawan; c) Karyawan di tuntut untuk aktif dan kreatif; d) Memberikan jaminan terhadap produk; e)

Menyediakan fasilitas fisik yang memuaskan; f) Suku bunga yang ringan, proses cepat dan mudah.

Hasil atribut yang menjadi keunggulan PT Interyasa adalah Penampilan atau seragam karyawan dan fasilitas-fasilitas pelayanan yang ada sedangkan atribut menjadi kelemahannya yaitu tempat parkir yang aman, fasilitas fisik layanan, kebersihan lingkungan layanan. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen PT Interyasa Dumai berdasarkan dimensi *quality function deployment* yaitu kinerja karyawan, keaktifan dan kekreatifan karyawan, jaminan terhadap produk, fasilitas fisik yang memuaskan, suku bunga yang ringan, proses cepat dan mudah

Simpulan

Berdasarkan analisis menggunakan metode *Servqual* didapatkan hasil atribut yang menjadi keunggulan PT Interyasa adalah Penampilan atau seragam karyawan dan fasilitas-fasilitas pelayanan yang ada sedangkan atribut menjadi kelemahannya yaitu tempat parkir yang aman, fasilitas fisik layanan, kebersihan lingkungan layanan. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen PT Interyasa Dumai berdasarkan dimensi *quality function deployment* yaitu kinerja karyawan, keaktifan dan kekreatifan karyawan, jaminan terhadap produk, fasilitas fisik yang memuaskan, suku bunga yang ringan, proses cepat dan mudah.

DAFTAR PUSTAKA

- Arian, Dhini dan Puspita, Indi. “*Penentuan Prioritas Perbaikan Pelayanan Penumpang Di Terminal 2 Bandara Internasional Soekarno-Hatta Dengan Menggunakan Metode Servqual Dan IPA*” Proceeding SNTI dan Kongres BKSTI VI, 2011.
- C. Trihendradi, 2008. *Step by Step SPSS 16 Analisis dan Statistik*, Andi, Yogyakarta.
- Lesmana, Andi. *Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Bank Mandiri (Persero) Tbk di Bagian Retail & Consumer Risk Group*.
- Ridwan, 2003. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, Alfabeta, Bandung.
- Sumadi, Surya, 2005. *Metodologi Penelitian*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2008. *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta, Andi Offset.

- Tjiptono, Fandy, 2005. *Manajemen Jasa*, Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2005. *Total Quality Service*, Andi, Yogyakarta.
- Husein, Umar. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*, Jakarta, Indeks.