

**PENINGKATAN KUALITAS JASA MENGGUNAKAN
METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)*
DI LAUNDRY HIMALAYA COLOMADU**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1 Pada
Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik

Oleh:

AGUS RIFA'I

D 600 120 013

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENINGKATAN KUALITAS JASA MENGGUNAKAN
METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)* ,
DI LAUNDRY HIMALAYA COLOMADU**

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

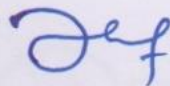
AGUS RIFA'I

D 600 120 013

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen

Pembimbing



Hafidh Munawir, ST, M.Eng

NIK. 988

HALAMAN PENGESAHAN

**PENINGKATAN KUALITAS JASA MENGGUNAKAN
METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)* ,
DI LAUNDRY HIMALAYA COLOMADU**

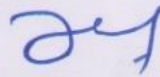
AGUS RIFA'I

D 600 120 013

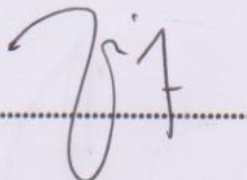
**Telah diperintahkan didepan Dewan Penguji
Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Sabtu, 6 Mei 2017
Dan dinyatakan memenuhi syarat**

Dewan Penguji

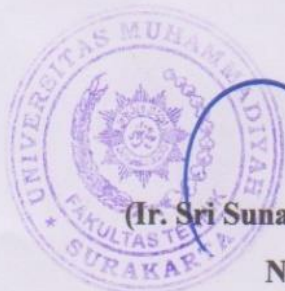
1. **Hafidh Munawir, ST, M.Eng**
(Ketua Dewan Penguji)
2. **A. Kholid Al Ghofari, ST, MT**
(Anggota I Dewan Penguji)
3. **Much. Djunaidi, ST, MT**
(Anggota II Dewan Penguji)

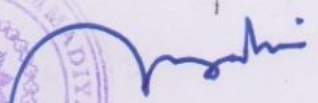
()
.....)

(
.....)

(
.....)

Dekan,



()
(Ir. Sri Sunarjono, MT, Ph.D)

NIK.682

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi dan sepengetahuan saya juga tidak terdapat pendapat atau karya yang pernah ditulis serta diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 6 Mei 2017

Penulis



Agus Rifa'i

D 600 120 013

**PENINGKATAN KUALITAS JASA MENGGUNAKAN
METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)*
DI LAUNDRY HIMALAYA COLOMADU
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

Abstrak

Sebagai penyedia jasa, *Laundry Himalaya* berusaha memperbaiki kualitas layanan yang selama ini menjadi penyebab terjadinya pemutusan kontrak kerjasama. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kualitas layanan yang telah diberikan dengan metode *Service Quality (Serqual)* dan memilih solusi dengan menggunakan *Quality Function Deploymnet (QFD)* untuk mengetahui keinginan dari pelanggan. Dalam *Serqual* terdapat 5 dimensi untuk mengukur layanan yaitu *tangibles, reliability, assurance, responsiveness* dan *emphaty*. Pengukuran layanan dari 5 dimensi menggunakan gap 5 yaitu membandingkan persepsi dan harapan pelanggan. Hasil pengukuran dengan metode SERVQUAL diketahui pelanggan belum puas, dengan nilai gap salah satunya -1,425 artinya perlu perbaikan. Dan pengolahan dalam metode QFD pada matrik HOQ terdapat 17 parameter teknis sebagai solusi perbaikan kualitas. Dari 17 parameter teknis dihubungkan dengan atribut pada matrik VOC untuk mengetahui kuat lemahnya hubungan yang kemudian digunakan untuk menentukan prioritas perbaikan yang akan di terapkan terlebih dahulu. Berdasarkan *normalization contribution* dari 17 alternatif yang mempunyai nilai tertinggi akan dilakukan perbaikan terlebih dahulu yaitu menambahkan devisi pelayanan (9,3), mengadakan pelatihan etika (9,2), menanamkan sifat etos kerja (8,6).

Kata kunci :Kualitas Jasa, QFD, dan HOQ

Abstract

As a service provider, *Laundry Himalaya* attempting to improve the quality of service that has been the cause of termination of the contract of cooperation. This research purpose to measure the quality of service that has been given by the method of *Service Quality (Serqual)* and choose a solution by using *Quality Function Deploymnet (QFD)* to know the desire from the customer. In the *Serqual* there are 5 dimensions to measure the *tangibles* service, *reliability, assurance, responsiveness* dan *emphaty*. The measurement of the services from 5 dimensions using gap 5 is compare perception and customer expectations. The measurement result with SERVQUAL method known to the customer is not satisfied with the value of the gap one -1,425 means necessary repairs. And processing in the QFD method on based on the HOQ there are 17 technical parameters as the improvement of the quality of solution. From 17 technical parameters connected with attributes in based on VOC to know the strong weak relationship that is then used to determine the priority of the improvements that will be in the apilly first. Based on the *normalization contribution* from 17 alternative

that has the highest value will be done first improvement is add the service deviation (9.3), conduct training ethics (9.2), invest the nature of the work ethos (8.6).

Keywords :Quality of Services, QFD, and HOQ

1. PENDAHULUAN

Bisnis *laundry*, pelayanan merupakan aspek kualitas jasa yang sangat penting. Karena jasa pelayanan ini tidak terlepas dari persaingan antar perusahaan penyedia jasa yang sejenis. Dari berbagai *laundry* yang ada, berlomba-lomba untuk memperoleh kepercayaan kepada pelanggan dengan mengemukakan kualitas yang terbaik. Setiap pelanggan mengharapkan bahwa *service* yang akan didapat sesuai dengan harapan yang dijanjikan oleh penyedia jasa. Terlebih dapat melebihi dari harapan itu sendiri. Namun, apabila tidak direspon dengan baik dan cepat oleh pihak penyedia jasa dapat menyebabkan suatu masalah yang kemudian berujung penurunan kepercayaan dari pelanggan terhadap pihak penyedia jasa.

Laundry Himalaya yang bergerak dalam bisnis penyedia jasa mendapatkan permasalahan terjadi pemutusan kerjasama antara pelanggan Himalaya dengan pihak *laundry* sendiri. Pemutusan kerjasama Tidak diketahui secara pasti penyebabnya. Namun, asumsi dari pihak *laundry* meyakini penyebab dari permasalahan ini adalah kualitas jasa yang ditawarkan masih rendah. Sehingga berdasarkan permasalahan tersebut diperlukan suatu penelitian yang menekankan bagaimana cara meningkatkan kualitas jasa dengan mengukur kualitas jasa yang telah diberikan oleh pihak *laundry* kepada pelanggan yaitu hotel yang masih bekerjasama menggunakan metode SERVQUAL (*Service Quality*) dan memilih alternatif /solusi yang menggunakan metode QFD (*Quality Function Deployment*) untuk mengetahui keinginan dari pelanggan terhadap jasa yang telah ditawarkan.

2. METODE

2.1 SERVQUAL (*Service Quality*)

Service Quality menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) terdapat sepuluh dimensi pokok untuk digunakan sebagai analisis strategis dan kerangka perencanaan. Berikut adalah sepuluh dimensi pokok kualitas jasa yaitu reliabilitas, responsivitas, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan dan bukti fisik. Parasuraman berhasil

menemukan metode untuk mengukur kualitas pelayanan yang disebut dengan Kesenjangan (*The Gaps*) adalah membandingkan antara harapan pelanggan dan kinerja yang ada di *Laundry Himalaya*. Pengukuran Gap ini menggunakan atribut dari kuesioner masing-masing dimensi yang kemudian diukur selisih antara persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh pihak *Laundry Himalaya*. Acuan untuk pembuatan kuesioner yang disebar kepada responden adalah penggunaan 5 dimensi pada metode *SERVQUAL* yaitu *tangibles*, *reliability*, *assurance*, *responsiveness*, dan *empaty* (Hidayat, 2012).

2.2 House of Quality (HOQ)

HOQ (*House of Quality*) adalah suatu matrik yang digunakan untuk menerjemahkan kebutuhan dari pelanggan kedalam karakteristik perencanaan jasa *Laundry Himalaya*. Penerjemahkan kebutuhan pelanggan, perlu adanya data untuk mengisi matrik tersebut. Langkah-langkah penggunaan metode *Quality Function Deployment* (QFD) pada *House Of Quality* (HOQ) adalah menentukan *voice of customer* (VOC), *planning matrix*, penentuan parameter teknis (*technical response*), analisa *relationship WHATs* dan *relationship HOWs*, korelasi teknis dan *technical matrix*. Pada analisa *planning matrix* terdapat beberapa perhitungan yaitu IOC (*Importance to Customer*), IR (*Improvement Ratio*), RW (*Raw Weight*) dan NRW (*Normalized Raw Weight*) (Destyasa, dkk., 2013).

a. *Importance to customer* (IOC)

$$IOC = \frac{goal}{\sum goal} \quad (1)$$

b. *Improvement ratio* (IR)

$$IR = \frac{ESP \text{ (Expected Satisfaction Performance)}}{CSP \text{ (Customer Satisfaction Performance)}} \quad (2)$$

c. *Raw weight* (RW)

$$RW = IOC \times IR \quad (3)$$

d. *Normalized raw weight* (NRW)

$$NRW = \frac{RW}{\sum RW} \quad (4)$$

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara (*interview*) dan kuesioner. Wawancara diajukan kepada pihak *Housekeeping* hotel yang telah bekerjasama dengan pihak *Laundry Himalaya*. Selain wawancara, data penelitian didapat dari observasi lapangan secara langsung.

- a. Data pertama atau data awal diperoleh dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada responden yaitu pihak *Housekeeping* dari hotel. Jenis atribut yang sudah didapat dari wawancara disesuaikan dengan atribut yang terdapat pada variabel *service quality*.

Tabel 1 Tabel Atribut dan Indikator *Customer Need*

Variabel	Indikator	No	Atribut Pelayanan	
T A N G I B L E	Tata letak / ruangan gedung	1	Pihak <i>laundry</i> memiliki tata letak ruangan rapi dan nyaman	
		2	Pihak <i>laundry</i> memiliki ruang penyimpanan <i>linen</i> yang memadai dan terjaga privasinya	
	Tampilan ruangan	3	Pihak <i>laundry</i> memiliki gedung yang terlihat menarik dilihat dari luar dan dalam	
		4	Pihak <i>laundry</i> telah memiliki gedung yang bersih dan terawat	
		5	Pihak <i>laundry</i> telah memiliki peralatan yang memadai	
	Kelengkapan peralatan	6	Pihak <i>laundry</i> memiliki peralatan dan teknologi terbaru (<i>modern</i>)	
		7	Pihak <i>laundry</i> memiliki armada yang cukup untuk pengiriman dan pengambilan <i>linen</i>	
		Penampilan karyawan	8	Karyawan di <i>laundry</i> berpenampilan rapi serta menarik
			9	Karyawan di <i>laundry</i> berseragam kerja
R E A B I L I T Y	Ketepatan waktu	10	Pihak <i>laundry</i> selalu tepat waktu didalam proses pengambilan <i>linen</i>	
		11	Pihak <i>laundry</i> selalu tepat waktu didalam proses pengiriman <i>linen</i>	
		12	Pihak <i>laundry</i> memenuhi pelayanan yang telah dijanjikan kepada pelanggan	
	Tanggung jawab	13	Pihak <i>laundry</i> bertanggung jawab terhadap semua <i>linen</i> selama proses pengambilan dan pengiriman	
		14	Pihak <i>laundry</i> bertanggung jawab terhadap jumlah <i>linen</i> yang dicuci jika terjadi kehilangan atau kerusakan	
		15	Pihak <i>laundry</i> bertanggung jawab didalam pencatatan jumlah <i>linen</i> yang diambil dan dikirim	
		16	Pihak <i>laundry</i> didalam mengidentifikasi noda <i>linen</i> akurat	
		Kecepatan karyawan	17	Pihak <i>laundry</i> dengan cepat merespon permintaan pelanggan
			18	Pihak <i>laundry</i> tidak pernah terlalu sibuk untuk merespon permintaan pelanggan
Kesediaan menawarkan bantuan	19	Pihak <i>laundry</i> selalu menawarkan bantuan kepada pelanggan		
	20	Pihak <i>laundry</i> membantu pelanggan menghitung <i>linen</i> yang akan diambil jika <i>crowded</i>		
	21	Pihak <i>laundry</i> menanggapi setiap keluhan dengan cepat dan tepat		
	22	Pihak <i>laundry</i> memberi tahu dengan cepat dan tepat jika terjadi keterlambatan pengiriman <i>linen</i>		
Pnanganan keluhan	23	Pihak <i>laundry</i> memberi tahu lamanya proses pencucian <i>linen</i> dan pengiriman		
	24	Pihak <i>laundry</i> telah memberikan pelayanan yang cepat dan tidak berbelit-belit		
	25	Pihak <i>laundry</i> dengan cepat merespon semua keluhan dari pelanggan		
A S S U R A N C E	Informasi sesuai	26	Pihak <i>laundry</i> memberikan informasi selalu tepat dan terbaru	
		27	Pihak <i>laundry</i> memberikan penjelasan mengenai permasalahan yang terjadi <i>linen</i>	
	Pengetahuan luas	28	Pihak <i>laundry</i> mempunyai karyawan dengan pengetahuan yang luas dan tepat tentang <i>laundry</i>	
29		Pihak <i>laundry</i> mempunyai karyawan dengan pengetahuan yang luas dan tepat mengenai jenis <i>linen</i> beserta noda yang melekat		
E M P U N Y A	Personality karyawan	30	Pihak <i>laundry</i> mempunyai karyawan yang memadai	
		31	Pihak <i>laundry</i> mempunyai karyawan dengan kinerja baik	
	Kepercayaan pelanggan	32	Pihak <i>laundry</i> mempunyai karyawan yang dapat dipercaya oleh pelanggan	
		33	Pihak <i>laundry</i> memberikan layanan yang aman dalam bertransaksi dengan pelanggan	
M E M B A N T U	Membantu dengan tulus	34	Pihak <i>laundry</i> selalu jujur dalam bekerja	
		35	Pihak <i>laundry</i> bersedia membantu pelanggan dalam hal pengambilan dan pengiriman jika terjadi kondisi <i>crowded</i>	
	36	Pihak <i>laundry</i> bersedia membantu menyelesaikan permasalahan yang dialami pihak pelanggan		
K O M U N I K A S I	Komunikasi yang baik	37	Pihak <i>laundry</i> selalau berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan	
		38	Pihak <i>laundry</i> selalau menanyakan kabar kepada pelanggan	
	39	Pihak <i>laundry</i> selalau tahu keinginan pelanggan		

Mengerti akan keinginan pelanggan	40	Pihak <i>laundry</i> selalu mendengarkan keluhan dari pelanggan
	41	Pihak <i>laundry</i> bersedia meminta ma'af bila terjadi kesalahan

b. Data kedua merupakan data tertutup dan sudah dilengkapi dengan derajat kepentingan dengan skala 1 sampai 4. Keterangan skala 1 sampai 4 adalah sebagai berikut:

1 = sangat tidak setuju

2 = kurang setuju

3 = setuju

4 = sangat setuju

3.2 Uji Instrumen

1. Uji Validitas menggunakan *Microsoft Excel* 2013. Dalam uji validitas, taraf signifikan yang digunakan yaitu 95% dan *degree of freedom* (df) = 38. *Degree of freedom* (df) didapat dari rumus $df = n - 2$, dimana n adalah jumlah sampel. Pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah 40 responden. Sehingga nilai r -tabel yaitu 0,31201. Nilai r -hitung didapat dari hasil pengolahan kuesioner dalam excel. Dalam uji validitas r -hitung akan dibandingkan dengan r -tabel, jika nilai dari r -hitung > r -tabel maka item pertanyaan yang dibuat dinyatakan valid. Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan pada atribut persepsi dan ekspektasi terdapat 14 atribut yang dinyatakan tidak valid yaitu atribut bernomer 4(0,2), 5(0,23), 9(0,066), 15(0,278), 16(0,238), 20(0,307), 22(0,303), 23(0,272), 27(0,253), 28(0,265), 31(0,284), 33(0,309), 35(0,282), dan 41(0,293). Atribut yang tidak valid dikarenakan r -hitung pada 14 atribut tersebut kurang dari r -tabel (0,312) dan atribut tersebut dihilangkan dari daftar kuesioner untuk menjadikan kuesioner menjadi valid.
2. Uji reliabilitas menggunakan *Microsoft Excel* 2013. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik *split half* (belah dua) yang kemudian akan dianalisa dengan metode analisis *spearman brown*. Pada uji reliabilitas diketahui bahwa nilai r -hitung persepsi (0,89951) > r -tabel (0,31201) dan r -hitung ekspektasi (0,92859) > r -tabel (0,31201) maka kuesioner ini dinyatakan reliabel.

3.3 Service Quality (SERVQUAL)

SERVQUAL yang merupakan suatu metode untuk mengukur kualitas jasa dengan menggunakan perhitungan analisa gap-5 (Persepsi – Harapan/Ekspektasi). Berikut ini table 2 yang menunjukkan hasil gap-5.

Tabel 2 Nilai Gap-5 Kuesioner

No	Atribut Pelayanan	Persepsi	Ekspektasi	Gap
1	Pihak <i>laundry</i> selalu tahu keinginan pelanggan	1,925	3,35	-1,425
2	Pihak <i>laundry</i> mempunyai karyawan dengan pengetahuan yang luas dan tepat mengenai jenis <i>linen</i> beserta noda yang melekat	1,925	3,275	-1,35
3	Pihak <i>laundry</i> selalu menanyakan kabar kepada pelanggan	1,9	3,1	-1,2
4	Pihak <i>laundry</i> selalu menawarkan bantuan kepada pelanggan	2,375	3,375	-1
5	Pihak <i>laundry</i> memiliki tata letak ruangan rapi dan nyaman	2,675	3,6	-0,925
6	Pihak <i>laundry</i> memiliki ruang penyimpanan <i>linen</i> yang memadai dan terjaga privasinya	2,525	3,45	-0,925
7	Karyawan di <i>laundry</i> berpenampilan rapi serta menarik	2,55	3,45	-0,9
8	Pihak <i>laundry</i> mempunyai karyawan yang memadai	2,725	3,6	-0,875
9	Pihak <i>laundry</i> dengan cepat merespon permintaan pelanggan	2,675	3,525	-0,85
10	Pihak <i>laundry</i> memiliki gedung yang terlihat menarik dilihat dari luar dan dalam	2,3	3,125	-0,825
11	Pihak <i>laundry</i> memiliki peralatan dan teknologi terbaru (<i>modern</i>)	2,625	3,45	-0,825
12	Pihak <i>laundry</i> tidak pernah terlalu sibuk untuk merespon permintaan pelanggan	2,65	3,475	-0,825
13	Pihak <i>laundry</i> bertanggung jawab terhadap semua <i>linen</i> selama proses pengambilan dan pengiriman	2,725	3,55	-0,825
14	Pihak <i>laundry</i> memberikan informasi selalu tepat dan terbaru	2,6	3,425	-0,825
15	Pihak <i>laundry</i> bersedia membantu menyelesaikan permasalahan yang dialami pihak pelanggan	2,575	3,375	-0,8
16	Pihak <i>laundry</i> selalu tepat waktu didalam proses pengiriman <i>linen</i>	2,875	3,65	-0,775
17	Pihak <i>laundry</i> memiliki armada yang cukup untuk pengiriman dan pengambilan <i>linen</i>	2,7	3,425	-0,725
18	Pihak <i>laundry</i> mempunyai karyawan yang dapat di percaya oleh pelanggan	2,7	3,425	-0,725
19	Pihak <i>laundry</i> dengan cepat merespon semua keluhan dari pelanggan	2,675	3,375	-0,7
20	Pihak <i>laundry</i> selalau berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan	2,4	3,1	-0,7
21	Pihak <i>laundry</i> selalu jujur dalam bekerja	2,75	3,4	-0,65
22	Pihak <i>laundry</i> selalu tepat waktu didalam proses pengambilan <i>linen</i>	2,65	3,275	-0,625
23	Pihak <i>laundry</i> bertanggung jawab terhadap jumlah <i>linen</i> yang dicuci jika terjadi kehilangan atau kerusakan	2,875	3,5	-0,625
24	Pihak <i>laundry</i> menangani setiap keluhan dengan cepat dan tepat	2,675	3,25	-0,575
25	Pihak <i>laundry</i> selalu mendengarkan keluhan dari pelanggan	2,7	3,225	-0,525
26	Pihak <i>laundry</i> memenuhi pelayanan yang telah dijanjikan kepada pelanggan	2,725	3,225	-0,5
27	Pihak <i>laundry</i> telah memberikan pelayanan yang cepat dan tidak berbelit-belit	2,85	3,25	-0,4

Dari tabel 2 Nilai Gap-5 Kuesioner terdapat atribut yang mempunyai gap yang paling besar yaitu Pihak *laundry* selalu tahu keinginan pelanggan (-1,45) dan gap yang paling kecil yaitu Pihak *laundry* telah memberikan pelayanan yang cepat

dan tidak berbelit-belit (-0,4). Dari gap tersebut mempunyai arti bahwa pelanggan mempunyai pandangan negatif terhadap perusahaan.

3.4 *Quality Function Deployment (QFD) – House of Quality (HOQ)*

Dalam pembuatan *House of Quality (HOQ)* ada 6 fase yang dilalui, yaitu *Customer need, Planning Matrix, Technical Response / Substitute Quality Characteristic (SQC, Relationship, Technical Correlation* dan *Technical Requirment Matrix*. Berikut hasil dari pengolahan HOQ.

Tabel 3 *Technical Response*

No	Technical Response/parameter teknik
1	Menata kembali layout ruangan (Relayout)
2	Menerapkan program 5R (Ringkas, Rapi, Resik,Rawat dan Rajin)
3	Menambahkan kelengkapan peralatan yang modern
4	Merestor jadwal pengambilan dan pengiriman linen
5	Membina tentang etika berpenampilan
6	Memasang sistem GPS (Global Position System)
7	Menerapkan konsistensi pengiriman dan pengambilan linen kepada driver
8	Mengadakan pelatihan etika
9	Menambahkan devisa/petugas pelayanan
10	Menambahkan layanan berbasis media sosial (BBM, WhatsApp, E-Mail dll)
11	Mengadakan training untuk karyawan baru
12	Menyesuaikan jumlah karyawan dengan beban pekerjaan
13	Menanamkan sifat etos kerja pada karyawan
14	Menyediakan layanan konsultasi
15	Menerapkan program 5S(senyum, sapa, salam, sopan, dan santun)
16	Mengadakan training communication skill
17	Mengevaluasi terhadap keinginan pelanggan

Pada tabel 3 *Technical Response* didapatkan 17 alternatif untuk mengetahui keinginan dari pelanggan *Laundry Himalaya* terhadap jasa yang telah ditawarkan.

1. **Relationship** adalah menghubungkan atribut produk (suara konsumen) dengan parameter teknik. Kuat atau lemahnya hubungan atribut dengan parameter teknik tergantung dari cara pandang pengembang jasa. Interaksi kedekatan dinyatakan dengan simbol atau angka. Adapun matrik hubungan atribut produk dengan parameter teknik dapat dilihat pada gambar parameter teknik (*Technical Response*) sebagai berikut:

perubahan dan menyesuaikan. Hal tersebut merupakan hubungan positif. Hubungan negatif yang ada pada parameter teknik pada gambar 2 adalah hubungan antara menambahkan kelengkapan peralatan yang *modern* dengan menambahkan divisi/petugas pelayanan, karena peralatan yang *modern* dapat mengurangi beban pekerjaan yang sebelumnya dikerjakan oleh beberapa karyawan, jadi tidak harus menambahkan divisi/petugas lagi. Arah perbaikan yang ada banyak didominasi oleh nilai maksimal ada pada target, contoh pelayanan yang diberikan oleh pihak laundry akan menghasilkan nilai terbaik jika sesuai dengan parameter teknik diatas. Untuk arah perbaikan yang mempunyai nilai semakin besar akan semakin baik seperti tata letak ruangan jika *layout* yang dibuat sesuai akan menghasilkan pelayanan yang baik.

3. **Technical Requirement Matrix** adalah bagian terakhir dari HOQ, yang terdiri dari prioritas teknis dan target persyaratan teknik (*technical requirement target*). Prioritas teknik merupakan urutan prioritas parameter teknik yang terdapat dalam *House of Quality* (HOQ), sedangkan target persyaratan teknis adalah target persyaratan minimal yang harus ada pada saat meningkatkan kualitas jasa di *Laundry Himalaya*. Berikut ini adalah tabel *Technical Requirement Matrix* berdasarkan urutan prioritas.

Tabel 5 Prioritas Kualitas Layanan

<i>Technical Requirement Target</i>	<i>Contributions</i>	<i>Normalized Contribution</i>	<i>Priority</i>
Menambahkan divisi/petugas pelayanan	78	9,3	1
Mengadakan pelatihan etika	77	9,2	2
Menanamkan sifat etos kerja pada karyawan	72	8,6	3
Mengadakan <i>training communication skill</i>	69	8,2	4
Memasang sistem GPS (<i>Global Position System</i>)	57	6,8	5
Menyediakan layanan konsultasi	56	6,7	6
Menerapkan konsistensi pengiriman dan pengambilan <i>linen</i> kepada <i>driver</i>	54	6,4	7
Menerapkan program 5R (Ringkas, Rapi, Resik,Rawat dan Rajin)	51	6,1	8
Mengadakan <i>training</i> untuk karyawan baru	49	5,8	9
Merestor jadwal pengambilan dan pengiriman <i>linen</i>	44	5,3	10
Mengevaluasi terhadap keinginan pelanggan	43	5,1	11
Menambahkan layanan berbasis media sosial (BBM, WhatsApp,E-Mail dll)	41	4,9	12
Menata kembali <i>layout</i> ruangan (<i>Relayout</i>)	37	4,4	13
Menerapkan program 5S(senyum, sapa, salam, sopan, dan santun)	36	4,3	14
Menambahkan kelengkapan peralatan yang <i>modern</i>	31	3,7	15
Menyesuaikan jumlah karyawan dengan beban pekerjaan	27	3,2	16
Membina tentang etika berpenampilan	16	1,9	17

3.5 Penyusunan *House of Quality* (HOQ)

Metode *Quality of Deployment* (QFD) merupakan proses yang lengkap dan sistematis, mulai dari identifikasi masalah sampai tercapainya sasaran proyek pengembang melalui lahirnya sebuah spesifikasi jasa. Berdasarkan pengolahan terakhir, maka dapat dibentuk sebuah *House of Quality* (HOQ). *House of Quality*

(HOQ) berfungsi sebagai alat analisis suatu permasalahan yang sedang dihadapi. Dari HOQ secara serentak akan terlihat atribut kebutuhan pelanggan dengan tingkat kepentingannya, tingkat kebutuhan dan keinginan pelanggan, karakteristik teknis dengan nilai targetnya. Nilai hubungan antara kebutuhan pelanggan dengan karakter teknik dan arah perbaikannya. Dari HOQ ini kemudian dapat dilakukan alternatif perbaikannya dan peningkatan pelayanan secara berkelanjutan.

3.6 Analisa

Dari hasil pengolahan data SERVQUAL dan *House of Quality* diatas didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Pengukuran SERVQUAL diatas didapatkan semua atribut mempunyai hasil gap negatife yang mempunyai arti bahwa harapan dari konsumen belum terpenuhi terhadap pelayanan jasa.
2. Didalam *House of Quality* (HOQ) terdapat 17 parameter teknis. Berdasarkan *Technical Requirment Matrix* yang merupakan bagian terakhir dari HOQ prioritas utama yang harus diperbaiki yaitu menambahkan devisi/petugas pelayanan karena mempunyai nilai *Normalized Contribustion* paling tinggi (9,3) dan paling rendah yaitu membina tentang etika berpenampilan dengan nilai *Normalized Contribustion* (1,9).

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari awal penelitian, pengolahan sampai dengan pembahasan akhir, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan dari pihak *Laundry Himalaya* kepada pelanggan terdapat 27 atribut dan dapat diukur dengan metode *Service Quality* (SERVQUAL). Hasil dari SERVQUAL menunjukkan semua atribut bernilai negatif (-) yang berarti perlu dilakukan perbaikan. Karena semua atribut bernilai negatif maka pihak *laundry* masih belum memenuhi kriteria dari harapan pelanggan dan perlu dilakukan perbaikan kualitas layanan.
2. Solusi alternatif yang didapat dari QFD (*Quality Function Deployment*) menurut hasil perhitungan *House of Quality* (HOQ) terdapat 17 alternatif yaitu menata kembali *layout* ruangan (*Relayout*), menerapkan program 5R (ringkas,

rapi, resik, rawat dan rajin), menambahkan kelengkapan peralatan yang modern, mereset jadwal pengambilan dan pengiriman *linen*, membina tentang etika berpenampilan, memasang sistem GPS (*Global Position System*), menerapkan konsistensi pengiriman dan pengambilan *linen* kepada *driver*, mengadakan pelatihan etika, menambahkan devisi/petugas pelayanan, menambahkan layanan berbasis media sosial (*BBM, WhatsApp, E-Mail dll*), melakukan *training* untuk karyawan baru, menyesuaikan jumlah pekerja dengan pekerjaan, menanamkan sifat etos kerja, menyediakan layanan konsultasi, menerapkan program 5S(senyum, sapa, salam, sopan, dan santun), melakukan *training communication skill* dan mengevaluasi terhadap keinginan pelanggan. dari 17 alternatif tersebut prioritas yang harus segera diperbaiki, yang pertama menambahkan devisi/petugas pelayanan, kedua mengadakan pelatihan etika dan yang ketiga menanamkan sifat etos kerja.

4.2 Saran

Pada penelitian ini, saran peneliti untuk perusahaan sabagai perbaikan untuk meningkatkan kualitas jasa adalah sebagai berikut:

1. Penambahan devisi/petugas harus sesuai dengan beban pekerjaan yang ditanggung karena menyangkut biaya (*cost*) untuk gaji karyawan.
2. Sebaiknya perusahaan mengadakan pelatihan etika karena hal ini sangat penting. Pelatihan etika ini sangat berguna untuk membangun image perusahaan sebab jika pelanggan merasa nyaman dan aman terhadap karyawan yang ditemui maka secara otomatis pelanggan akan memberi tanggapan bahwa perusahaan tersebut bagus dan pelanggan akan merekomendasikan kepada teman-temannya untuk memakai jasa perusahaan tersebut.
3. Pentingnya akan penanaman etos kerja kepada karyawan, karena hal ini akan membangun jiwa loyalitas karyawan kepada perusahaan. Karyawan yang memiliki etos kerja yang baik akan merasa senang dan tanpa beban pada pekerjaan yang di tanggung.
4. Pada penelitian ini, diperlukan penelitian lanjutan tentang analisis keterlambatan dan penyebabnya untuk kedepannya demi kesempurnaan dalam peningkatan kualitas jasa dengan metode Quality Function Deploymnet di Laundry Himalaya Colomadu

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, Dorothea Wahyu (2002). *Manajemen Kualitas: Pendekatan Sisi Kualitatif*. Dikti Depdiknas. Jakarta.
- Azhari, Mohammad. SW, Caecilia dan Irianti, Lauditta. (2015). “Rancangan Produk Sepatu Olahraga Multifungsi Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD)”. *Jurnal Online Institut Teknologi*
- Destyasa, Erda Wiharta., Setyanto, Nasir, W., dan Tantrika, Caria, F.M (2013). “Analisa Kualitas Jasa Listrik Prabayar dengan Mengintegrasikan Metode Service Quality (servqual) dan Quality Function Deployment (QFD)”. *Jurnal Rekayasa dan Manajerial Industri*. Vol. 1. No. 2.
- Edvardsson, Bo., Larsson, Gerry dan Setterlind, Seven. (1997). “Internal Service Quality and the Psychosocial Work Enviroment”. *The Service Industries Journal*. Vol. 17. No. 2.
- Efendy, Zulman (2007). “Penerapan Quality Function Deployment (QFD) untuk Peningkatan Kinerja Industri Kecil Bakso Sapi Bersarkan Kepuasan Pelanggan”. *Jurnal Sain Peternakan Indonesia*. Vol. 2. No. 2.
- El-Orbani, A., I. (2010). Terminologi Perhotelan. Diakses 12 Desember 2016, dari, https://www.academia.edu/5906591/E-book_Seri_Perhotelan. [Diakses, 22 November 2016].
- Halim, A.,Setyanto, N., dan Yuniarti, R (2013). “Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan dengan Integrasi Service Quality (Servqual) dan Quality Function Deployment (QFD)”. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Industri*. Vol. 1. No. 2.
- Hidayat, Syarifudin dan Sedarmayanti (2012). *Metode Penelitian*. Mandar Maju. Bandung.
- Lupiyoadi, Rambat (2013). *Manajemen Pemaasaran Jasa (berbasis kompetensi), Edisi 3*. Salemba Empat. Yogyakarta.
- Mazumder, S and Rashedul-Hasan, A., B., M. (2014). “Measuring Service Quality and Customer Satisfaction of the Hotels in Bangladesh: A Study on National and International Hotel Guest”. *Journal of Tourism and Hospitality Management*. Vol. 2. No. 1.
- Nasution, M. N (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie, A dan Berry, Leonard, L (1988). “A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”. *The Journal of Retailing*. Vol. 64. No. 1.
- Rosinta, F dan Aryani, Dwi (2010). “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan”. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. Vol. 17 No. 2.
- Utama, Agung (2003). “Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten“. *ISSN 1693 – 2102 OPSI*. Vo. 1. No. 2.
- Wagiono, Y., K., and Hamrah. (2007). “Metode Quality Function Deployment (QFD) untuk Informasi Penyempurnaan Perakitan Varietas Melon”. *Jurnal Agribisnis dan Ekonomi Pertanian*. Vol. 2. No. 1.