

## DINAMIKA MEMUASKAN PELANGGAN INDUSTRI PLASTIK DENGAN QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT

Basuki<sup>1</sup>; Lilik Darmawan<sup>2</sup>; Ginaris Widi Aprianto<sup>3</sup>; Ignatius Prasetya Aji Wibowo<sup>4</sup>

<sup>1</sup>) basuki.qa@gmail.com, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana

<sup>2</sup>) lilik.darmawan80@gmail.com, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Bu ana

<sup>3</sup>) ginariswidi@gmail.com, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana

<sup>4</sup>) ignatius.prasetya@mercubuana.ac.id, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana

### Article Info:

#### Keywords:

Warehouse;  
Layout, ABC Analysis;  
Class Based Storage;  
FSN

#### Article History:

Received : February 15, 2021  
Revised : May 22, 2021  
Accepted : May 30, 2021

#### Article Doi:

<http://dx.doi.org/10.22441/jfm.v1i2.13743>

### Abstract

This research aimed to analyze the performance of a PT. XYZ located in Tangerang from the customer satisfaction on product and service quality. The method applied was the integration method servqual, IPA, and QFD, the service provider is able to determine the level of customer satisfaction and straightly can make improvements of service with low levels of satisfaction. From the questionnaires showed that the attributes of service quality in the questionnaire have a negative gap value on Reliability dimension (-0.51) & Assurance dimension (-0.11). In IPA method showed 5 attributes with high importance and low value the fact. The quality improvement to be done such as improving Monitoring shipments, Handling complaints, conducting market reseach (determining competitive prices), determining discount strategies (special discounts).

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja PT. XYZ yang berlokasi di Tangerang dari kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk dan layanan. Metode yang digunakan adalah metode integrasi servqual, IPA, dan QFD, penyedia layanan dapat menentukan tingkat kepuasan pelanggan dan secara langsung dapat melakukan perbaikan layanan dengan tingkat kepuasan yang rendah. Dari kuesioner menunjukkan bahwa atribut kualitas layanan dalam kuesioner memiliki nilai gap negatif pada dimensi Reliability sebesar (-0.51) & dimensi Assurance sebesar (-0.11). Dalam metode IPA menunjukkan 5 atribut dengan tingkat kepentingan tinggi dan nilai fakta rendah. Peningkatan kualitas yang harus dilakukan seperti meningkatkan penngawasan pengiriman, penanganan keluhan, melakukan penelitian pasar (menentukan harga kompetitif), menentukan strategi diskon (diskon khusus).

**Kata kunci:** Customer Satisfaction, Service Quality (ServQual), Importance performance Analysis (IPA), Quality Function Deployment (QFD), Plastic Houseware

### PENDAHULUAN

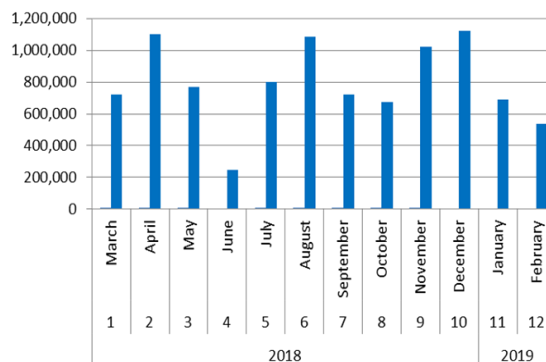
Perkembangan dunia bisnis dan perindustrian berkembang dengan cepat, didorong arus globalisasi mendorong perusahaan persaingan semakin ketat. Persaingan ini terjadi di seluruh bidang manufaktur, termasuk manufaktur plastik. Hal inilah yang menyebabkan setiap industri manufaktur plastik berusaha bertahan dari persaingan. Perusahaan harus mampu memberikan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik serta perbaikan kualitas

pelayanan yang berkelanjutan. kepuasan pelanggan menjadi point penting bagi konsumen yang harus diperhatikan oleh perusahaan.

Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efektif dan efisien. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan maka pelayanan tersebut dapat diartikan tidak efektif dan efisien.

PT XYZ merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur plastik packaging yang berlokasi di kabupaten Tangerang. PT. XYZ memproduksi dan menawarkan produk plastik seperti peralatan makan dan minum, peralatan rumah tangga berbahan dasar plastik dan cosmetic case. Selain itu PT. XYZ mempunyai layanan Business to Business (B2B) yang merupakan custom produk sesuai permintaan pelanggan sehingga perusahaan harus berusaha untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen sebagai pelanggan, termasuk memahami perilaku konsumen dan hal-hal yang dapat memberi kepuasan kepada pelanggan. Menyadari hal tersebut usaha pemahaman akan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk mencapai keberhasilan pemasaran menjadi sangat penting. Kepuasan diharapkan dapat berimbas pada pembelian produk PT. XYZ yang terus menerus dan berulang terhadap produk yang dipilihnya. Oleh karena itu, perusahaan yang ingin memiliki tingkat kualitas pelayanan yang baik harus mampu menempatkan harapan pelanggan sebagaimana mestinya. Pengukuran seperti ini tidak mudah karena setiap pelanggan memiliki harapan yang berbeda. Tabel 1 menunjukkan jumlah penjuala produk tahun 2018-2019.

**Gambar 1. Data penjualan produk**



Dari gambar diagram diatas terlihat awal tahun 2019 penjualan mengalami penurunan pnnjualan Penurunan pelanggan yang. Penurunan penjualan yang terjadi di PT. XYZ tidak terlepas karena terdapat beberapa keluhan dari pelanggan terkait dengan kualitas produk serta kualitas pelayanan perusahaan. Pada tahu 2018 PT. XYZ menerima komplain sebanyak 32 kali dan jumlah produk yang dikomplain mecapai 1.722 pcs/set. Terkait dengan kualitas layanan PT. XYZ mendapat penilaian tidak puas oleh pelaggan pada bulan Jul – Des tahun 2018 diantaranya pada krietaria sebagai berikut :

**Tabel 1. Penilaian pelanggan terhadap tingkat kinerja Pt. XYZ**

Criteria	Weight	Score
Quality	20	13
Cost	25	13
Delivery	25	16

Quantity	10	5
Service	20	15
Total		62
Rangking		<b>D</b>

Penilaian dinilai tidak puas oleh pelanggan dengan score 62 point (Need Improved). Terkait criteria (service, delivery, quality, quantity dan cost) komplain pelanggan diatas, PT. XYZ mempunyai permasalahan terkait kualitas layanan yang harus diperbaiki. Pemberian pelayanan prima dianggap tepat sebagai usaha untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan. Menurut Atep (2000) tujuan utama dari pelayanan prima adalah membangun kesetiaan pelanggan (customer loyalty).

### KAJIAN PUSTAKA

IPA menunjukkan hubungan antara pentingnya suatu indikator dan kepuasan atau kinerja yang dirasakan. Langkah pertama dalam analisis IPA adalah untuk menghitung rata-rata tingkat kepentingan dan kepuasan level untuk setiap item indikator. Ini menggunakan persamaan sebagai berikut.

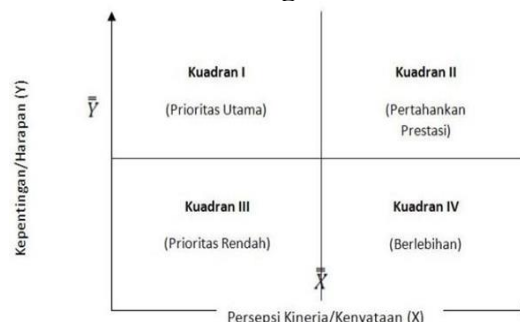
$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Terdiri dari tiga bagian, Bagian pertama yaitu : 1. X= Skor rata-rata tingkat laksanaan/kinerja. 2. Y= Skor rata-rata tingkat kepentingan/harapan. 3. n = Jumlah responden X.Y.

Langkah kedua adalah menentukan porosnya (melintasi garis) pada diagram kartesius. Penelitian ini menggunakan nilai median sebagai garis persimpangan. Martilla dan James (1977) menggunakan nilai median sebagai sumbu dalam Diagram IPA. Penggunaan nilai median dalam sumbu dapat membedakan atribut dengan kepentingan tinggi atribut pada tingkat kinerja yang rendah. Dibandingkan dengan maksudnya, nilai median bisa digunakan untuk menghindari kuat respon bias selama investigasi (Lirn et al., 2012).

Langkah ketiga adalah membuat diagram kartesius terdiri dari empat kuadran. Itu bisa dilihat pada Gambar 2. Kuadran I adalah "berkonsentrasi di sini". Di kuadran ini, pelanggan menilai atribut layanan yang sangat penting. Namun. Ini menandakan kepuasan yang rendah, begitu pula PT. XYZ harus berkonsentrasi di kuadran ini untuk meningkatkan kinerja untuk mendapatkan hasil maksimal. Kuadran II adalah "Pertahankan kerja bagus atau pertahankan prestasi". Di kuadran ini, pelanggan menilai yang penting atribut layanan dan puas dengan kinerja diberikan. Kuadran III adalah "prioritas rendah". Di kuadran ini, pelanggan merasa kurang puas dengan kinerja dan menilai atribut layanan yang tidak penting. Kuadran IV "mungkin berlebihan". Di kuadran ini, pelanggan puas dengan kinerja, tetapi mereka menilai atribut layanan yang kurang penting.

**Gambar 2. Model Diagram Kartesius**



Konsep Servqual digunakan untuk menghitung kesenjangan atau gap antara persepsi konsensus terhadap jasa dan nilai ekspektasi atau harapan. (Wijaya, 2011). Servqual digunakan untuk menentukan atribut kualitas pelayanan yaitu: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy. Atribut tersebut akan digunakan dalam pembuatan kuesioner, dan skala penilaian untuk menilai tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi dengan  $r_{kritis}$  pada taraf signifikan 5% ( $\alpha=0.05$ ), maka didapat nilai  $r_{tabel}$  adalah 0.339. Hasil olah data tingkat kinerja dan tingkat harapan pelanggan dapat dilihat bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dapat disimpulkan atribut telah valid.

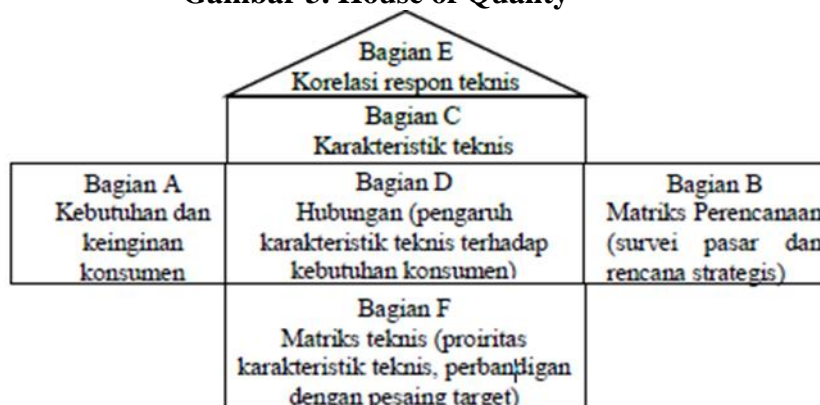
Konsep Servqual digunakan untuk menghitung kesenjangan atau gap antara persepsi konsensus terhadap jasa dan nilai ekspektasi atau harapan. (Wijaya, 2011). Servqual digunakan untuk menentukan atribut kualitas pelayanan yaitu: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy. Atribut tersebut akan digunakan dalam pembuatan kuesioner, dan skala penilaian untuk menilai tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan.

Proses QFD dimulai dengan suara pelanggan dan kemudia berlanjut melalui 4 aktivitas utama yaitu:

1. Perencanaan Produk (Product Planning)
2. Desain Produk (Product Design)
3. Perencanaan Proses (Process Planning)
4. Perencanaan Pengendalian Proses (Process Planning Control):

Quality Function Deployment (disingkat QFD) berkaitan dengan (1) menetapkan apa yang akan memuaskan pelanggan dan (2) menerjemahkan keinginan pelanggan pada desain yang dijadikan sasaran. Idengan adalah untuk memahami keinginan pelanggan dan memperkenalkan solusi proses alternatif kepada mereka. Kemudian, informasi ini dipadukan diawal proses desain untuk membantu menetapkan apa yang dapat memuaskan pelanggan dan dimana upaya-upaya kualitas perlu disebar. Suatu perangkat QFD adalah rumah kualitas (House of Quality), rumah kualitas merupakan teknik grafis untuk menjelaskan hubungan antara keinginan pelanggan dan produk (atau jasa) (Heizer et al., 2017)

Gambar 3. House of Quality



Wijaya, (2018) mengemukakan Alat yang digunakan untuk struktur QFD adalah matriks yang berbentuk rumah, yang disebut House of Quality (HOQ). Bentuk dan keterangan setiap bagian matriks House of Quality terlihat pada gambar 2.3.

## METODE

Penelitian ini meneliti tentang service quality, manakah yang diprioritaskan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan serta rekomendasi perbaikan apakah yang dapat diterapkan

pada perusahaan dengan mengintegrasikan Servqual, Importance Performance Analysis (IPA) dan Quality Function Deployment (QFD).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Deskriptif kuantitatif karena penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu pelanggan B2B yang telah membeli produk PT. XYZ.

Menurut Arikunto (2012) jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya. Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasinya tidak lebih besar dari 100 responden, maka penulis mengambil 100% jumlah populasi yaitu sebanyak 32 responden teknik sampling jenuh (sensus).

Metode pengukuran menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiono, 2013). Untuk mendapatkan data yang bersifat interval dalam daftar pertanyaan: Lima poin skala Likert diterapkan dalam IPA. Itu berkisar dari sangat tidak penting (1) hingga sangat penting (5) untuk tingkat kepentingan. Selain itu, sangat tidak puas (1) untuk sangat puas (5) untuk tingkat kinerja. Kemudian, analisis data Teknik dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS statistik 23.

Kemudian, uji validitas dan reliabilitas dilakukan sebagai prosedur statistik. Ini untuk memastikan bahwa instrumen penelitian valid dan dapat diandalkan. Tambahan, uji statistik nonparametrik diterapkan untuk mengetahui perbedaan signifikansi antara kepentingan dan kinerja. Skala pengukuran yang digunakan adalah dengan menggunakan skala likert 1-5 yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016). Data-data pengukuran Servqual ini meliputi ekspektasi (harapan) dan persepsi (kenyataan) dari responden atas indikator pelayanan belajar online di masa Pandemi. Dapat dilihat dalam tabel berikut

Setelah data diisi oleh responden selanjutnya data diuji validitas dan realibilitasnya dengan menggunakan software SPSS. Setelah data dinyatakan valid dengan  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel berdasarkan banyaknya sampel dan data dinyatakan realibel jika hasil dari Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,05; maka langkah selanjutnya mengukur nilai kualitas layanan servqual yang diperoleh dengan menghitung selisih antara rata-rata nilai harapan dengan rata-rata nilai persepsi layanan. Karena servqual hanya menghitung gap, maka untuk memetakan tingkat kepentingan prioritas perbaikan dengan menggunakan metode IPA (Importance Performance Analysis), dimana jika ditemukan indikator yang masih berada di kuadran I atau tingkat nilai harapan lebih tinggi dibandingkan nilai persepsi layanan, akan diolah kembali dengan metode QFD (Quality Function Deployment). Hal ini berkaitan dengan menetapkan apa yang akan memuaskan para peserta didik dan menerjemahkan keinginan peserta didik pada desain atau kebijakan yang dijadikan sasaran untuk langkah perbaikan. Perangkat QFD dalam penelitian ini menggunakan diagram rumah kualitas (House of Quality), rumah kualitas merupakan teknik grafis untuk menjelaskan hubungan antara keinginan peserta didik akan layanan pendidikan secara daring.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Importance Performance Analysis (IPA)

Untuk mengetahui atribut yang dijadikan prioritas utama perbaikan maka digunakan analisis IPA.

**Tabel 2. Mean Importance and Performance of Service Quality**

No.	Atribut Pertanyaan	Nilai Kinerja	Nilai Harapan
Berwujud (Tangible)			
1	Penampilan sales bersih, rapi dan meyakinkan	4.47	4.09
2	Kualitas barang yang ditawarkan sesuai dengan yang diterima.	3.94	4.31
2	Keluhan pelanggan diatasi dengan baik	4.09	4.22
3	Pengiriman produk tepat waktu	3.94	4.28
5	Harga produk yang ditawarkan kompetitif	3.59	4.66
6	Diskon harga yang diberikan menarik	3.88	4.53
7	Sales cukup responsif dalam menindak lanjuti permintaan pelanggan	4.25	4.28
8	Kecepatan sales dalam merespon/ menjawab keluhan dari pelanggan	4.31	4.19
9	Sales selalu bersedia hadir jika diminta / dibutuhkan	4.22	4.13
10	Sales memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan	4.19	4.16
11	Produk yang ditawarkan dilengkapi dengan penambahan fitur lainnya (Aman untuk oven, Aman untuk air panas, tidak bocor, dll)	3.97	4.16
12	Barang yang diterima sesuai dengan barang yang dipesan	4.09	4.28
13	Sales berperilaku sopan dan santun ketika berkomunikasi dan bertemu pelanggan	4.28	4.31
14	Sales memberikan update informasi untuk status produksi / pengiriman produk yang anda pesan	4.31	4.38
15	Fleksibilitas persyaratan dan perjanjian jual beli	4.16	4.13
16	Sales mau menerima saran dan masukan	4.31	4.22

Dari Tabel 2. dapat diketahui nilai rata-rata tingkat kinerja adalah sebesar 4,12 dan rata-rata tingkat harapan sebesar 4,27 sehingga dapat dibuat grafik IPA.

Gambar 4 menunjukkan hasil dari analisis IPA.

Dari hasil grafik diatas dapat diketahui atribut mana saja yang termasuk dalam empat kuadran. Pada kuadran satu terdapat 5 pernyataan, kuadran dua terdapat 3 pertanyaan, kuadran tiga terdapat 2 pernyataan dan pada kuadran empat terdapat 6 pernyataan. Berikut ini keterangan dari masing- masing kuadran adalah sebagai berikut :

- 1) Kuadran I, “Concentrate Here” (high importance & low satisfaction) Atribut yang terpilih dalam kuadran satu “Concentrate Here” adalah :
  - (3) Pengiriman produk tepat waktu, (4) Kualitas barang yang ditawarkan sesuai dengan yang diterima. (5) Harga produk yang ditawarkan kompetitif, (6) Diskon harga yang diberikan menarik, (12) Barang yang diterima sesuai dengan barang yang dipesan.
- 2) Kuadran II, “Keep up The Good Work” (high importance & high satisfaction)
 

Pada kuadran dua “Keep up The Good Work” adalah :

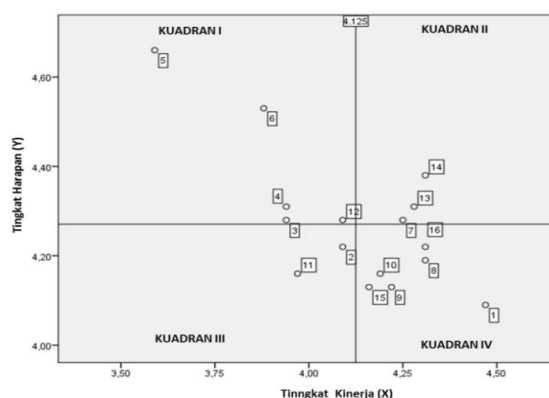
  - (7) Sales cukup responsif dalam menindaklanjuti permintaan pelanggan, (13) Sales berperilaku sopan dan santun ketika berkomunikasi dan bertemu pelanggan, (14) Sales memberikan update informasi untuk status produksi / pengiriman produk yang anda pesan
- 3) Kuadran III “Low Priority” (low importance & low satisfaction) Atribut yang terpilih dalam kuadran tiga “LowPriority” adalah :

(2) Keluhan pelanggan diatasi dengan baik, (11) Produk yang ditawarkan dilengkapi dengan penambahan fitur lainnya (Aman untuk oven, Aman untuk air panas, tidak bocor, dll)

4) Kuadran IV, “Possible Overkill” (low importance & high satisfaction) Atribut yang terpilih dalam kuadran empat, “Possible Overkill” adalah :

(1) Penampilan sales bersih, rapi dan meyakinkan, (8) Kecepatan sales dalam merespon/ menjawab keluhan dari pelanggan, (9) Sales selalu bersedia hadir jika diminta / dibutuhkan, (10) Sales memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan, (15) Fleksibilitas persyaratan dan perjanjian jual beli, (16) Sales mau menerima saran dan masukan.

**Gambar 4. Scatterplot Tingkat Kinerja dan Tingkat Harapan**



### Analisis Quality Function Deployment (QFD)

Setelah melakukan Analisis ServQual dengan menggunakan Importance Performance Analysis (IPA), langkah selanjutnya adalah melakukan analisis Quality Function Deployment. Salah satu hal penting dalam QFD adalah House of Quality (HoQ).

Tahap-tahap dalam pembuatan HoQ adalah :

- 1) Membuat Voice of Customer
- 2) Membuat Matriks Perencanaan
- 3) Membuat Respon Teknis (Technical Responses)

#### (1). Analisis Voice of Customer (WHATs)

Pada hasil analisis dengan menggunakan Importance Performance Analysis (IPA) diatas telah disimpulkan bahwa ada beberapa atribut yang menjadi prioritas berdasarkan Kuadran I “Concentrate Here” dalam meningkatkan kualitas pelayanan PT. XYZ Tabel 3. menunjukkan atribut pelayanan Servqual yang terpilih pada kuadran I “Concentrate Here” antara lain :

- (a). Pengiriman produk tepat waktu
  - (b). Kualitas barang yang ditawarkan sesuai dengan yang diterima.
  - (c). Harga produk yang ditawarkan kompetitif
  - (d). Diskon harga yang diberikan menarik
  - (e). Barang yang diterima sesuai dengan barang yang dipesan
- (2). **Penetapan Respon Teknis/ Technical Requirement (HOWs)**

Technical response merupakan jawaban dari voice of customer yang dibuat oleh pihak manajemen. Berdasarkan customers needs yang telah ditentukan, maka dapat ditetapkan beberapa respon teknik sebagai berikut :

**Tabel 3. Respon Teknik Atribut Jasa**

No	Atribut	Respon Teknik
1	Pengiriman produk tepat waktu	Monitoring pengiriman produk
2	Kualitas barang yang ditawarkan sesuai dengan yang diterima.	Penanganan komplain
3	Harga produk yang ditawarkan kompetitif	Melakukan market reseach (Menentukan harga yang kompetitif)
4	Diskon harga yang diberikan menarik	Memberikan diskon khusus
5	Barang yang diterima sesuai dengan barang yang dipesan	Monitoring pengiriman produk

**Penghubungan WHATs dan HOWs (Relationship Matrix)**

Hasil Pemetaan hubungan antara WHATs dan HOWs adalah sebagai berikut:

**Gambar 5. Hubungan Respon teknik dengan Atribut Pelanggan**

Column #	1	2	3	4
Direction of Improvement	◇	◇	▲	▲
Functional Requirements				
Customer Requirements (Explicit and Implicit)				
Harga produk yang ditawarkan kompetitif	●			
Diskon harga yang diberikan menarik		●		
Keluhan pelanggan diatasi dengan baik			●	
Kualitas barang yang ditawarkan sesuai dengan yang diterima.			○	●
Pengiriman produk tepat waktu			○	●
Barang yang diterima sesuai dengan barang yang dipesan			●	●

**(1). Penentuan Arah Perbaikan & Target**

Respon teknik yang telah didapat ditentukan targetnya oleh pihak manajemen sehingga arah perbaikan dapat terarah.

▲ = Lebih tinggi dari target lebih baik

◇ = Target Optimal

▼ = Lebih rendah target lebih baik

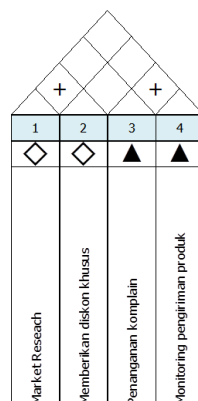
DOI = Direct of Improvement (Arah perbaikan)

**(2). Mengembangkan Hubungan Antar Matriks Hows (Correlation Roof Matrix)**



Fungsi dari korelasi teknis (technical correlations) adalah untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara respon teknis. Apakah hubungan tersebut positif atau negatif.

**Gambar 6. Nilai korelasi antar respon teknis.**



**(3). Menentukan setiap target karakteristik teknik**

Target ditetapkan oleh perusahaan untuk menjadi perusahaan yang kompetitif dan dapat bersaing di dalam bidangnya. Target dikaitkan dengan keinginan, kinerja kompetitor, dan kinerja perusahaan itu sendiri.

**Tabel 4. Target atau Limit Value Karakteristik Teknik Layanan**

No	Karakteristik Teknik	Target atau Limit Value
1	Market reseach (Menentukan harga yang kompetitif)	Membuat kebijakan harga yang paling sesuai untuk produk (Penetration Pricing, Skimming Pricing, Strategi Penetapan Harga Lini Produk)
2	Memberikan diskon khusus	Meningkatkan omzet penjualan sebesar 15% dari target penjualan tahun lalu.
3	Penanganan komplain	Meminimalisir adanya komplain 20 kali dalam setahun (histori komplain sebelumnya 32 kali), Lead time Penyelesaian jawaban (penyebab & action plan) terhadap keluhan pelanggan terkait kualitas layanan dan mutu Max 2 hari setelah diterima.
4	Monitoring pengiriman produk	Target KPI : Delivery on Time sebesar 98%, dan Delivery In Full sebesar 98%.

Sumber : PT. XYZ

**(4). Customer and Competitive Satisfaction Performance**

Tingkat pelayanan pada PT XYZ dibandingkan dengan kompetitornya PT A, PT B & PT C yang sama-sama perusahaan produsen plasticware yang ada di Indonesia dapat dilihat pada tabel 5.

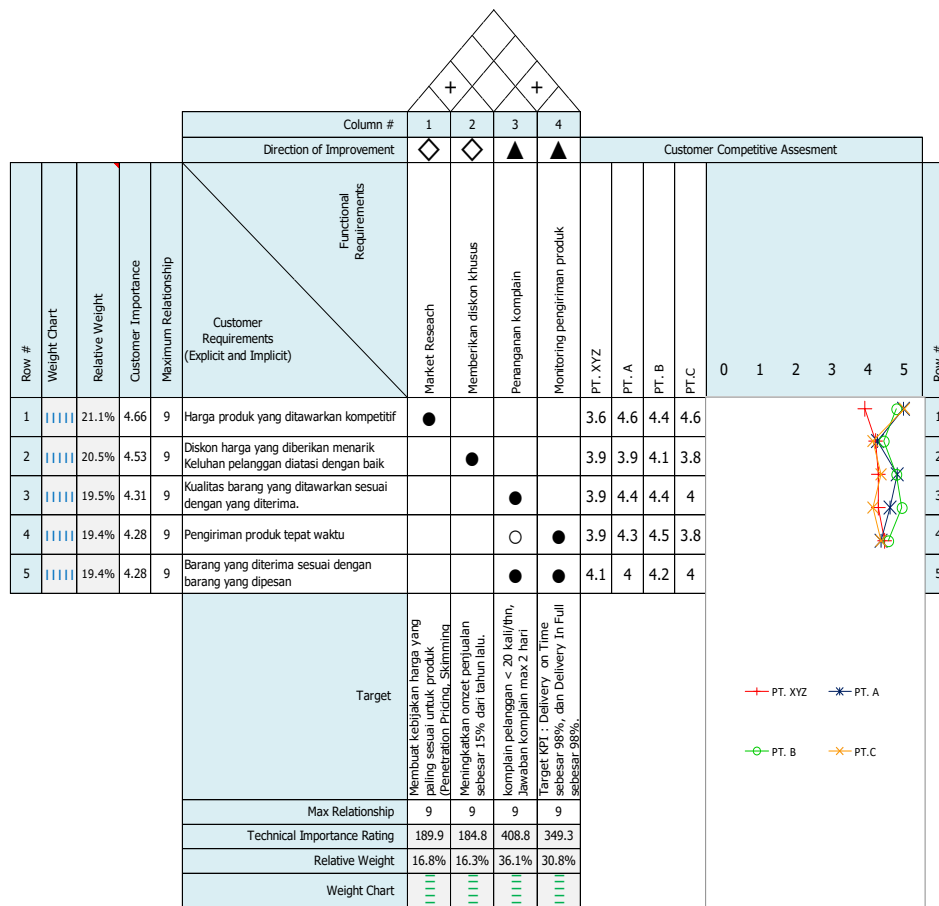
Tabel 5. Customer and Competitive Satisfaction Performance

No	Atribut	PT. XYZ	PT. A	PT. B	PT. C
1	Harga produk yang ditawarkan kompetitif	3.59	4.58	4.40	4.60
2	Diskon harga yang diberikan menarik	3.88	3.92	4.07	3.80
3	Kualitas barang yang ditawarkan sesuai dengan yang diterima.	3.94	4.42	4.40	4.00
4	Pengiriman produk tepat waktu	3.94	4.25	4.53	3.80
5	Barang yang diterima sesuai dengan barang yang dipesan	4.09	4.00	4.20	4.00

(5). Hasil House of Quality

Berikut merupakan hasil penyusunan House of Quality PT.XYZ yang dapat dilihat pada gambar 7.

Gambar 7. The House of Quality



Template Revision: 0.9 Date: 4/23/2010  
Christopher Battles

## PENUTUP

Berdasarkan analisis dan interpretasi dari pengolahan data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a Pelayanan PT. XYZ sudah memuaskan, tetapi berdasarkan analisis gap servqual ada atribut kualitas pelayanan yang memiliki nilai gap negatif yaitu Reliability sebesar -0.51, Assurance sebesar -0.11.
- b Terdapat lima atribut pelayanan yang diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan berdasarkan hasil analisis IPA, antara lain adalah Pengiriman produk tepat waktu, Kualitas barang yang ditawarkan sesuai dengan yang diterima, Harga produk yang ditawarkan kompetitif, Diskon harga yang diberikan menarik, Barang yang diterima sesuai dengan barang yang dipesan.
- c Pada hasil QFD dapat dilihat bahwa untuk melakukan peningkatan kualitas layanan PT. XYZ seharusnya lebih menekankan pada penanganan keluhan dan monitoring pengiriman barang, Prioritas selanjutnya adalah melakukan market survei untuk strategi penetapan harga dan memberikan diskon khusus (Diskon bundle, Diskon Volumen) untuk *item slow moving*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Atep, Adya Barata, (2000), Dasar-dasar Pelayanan Prima, Elex Media Komputindo: Jakarta.
- Arikunto, S. (2012). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 41(1), 77-79. <https://doi.org/10.2307/1250495>
- Lirn, T. C., Wu, Y. C. J., & Chen, Y. J. (2013). Green performance criteria for sustainable ports in Asia. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 43(5/6), 427-451. <https://doi.org/10.1108/IJPDLM-04-2012-0134>
- Wijaya, Tony. (2011). Manajemen Kualitas Jasa, Jakarta: PT Indeks