

USULAN PERBAIKAN KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO MARKS DAN SPENCER KARAWACI MENGGUNAKAN METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT

Lestarina Hia¹, Prihantoro Syahdu Sutopo^{2*}

^{1,2} Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Buddhi Dharma

*Corresponding Author, email : prihantoro.syahdu@ubd.ac.id

ABSTRAK

Pada dasarnya pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang sangat penting. Oleh karena itu, industri pakaian selalu berkembang pesat dari waktu ke waktu. Seiring pesatnya perkembangan industri pakaian, muncul banyak model pakaian yang lumayan menarik perhatian setiap konsumen yang ditawarkan oleh banyak pelaku bisnis pakaian. Penelitian ini dilakukan dengan observasi dan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan ritel *fashion* yang ada di supermall Karawaci. *Marks & Spencer* Karawaci merupakan salah satu lembaga industri yang bergerak di dunia ritel khususnya *fashion*. Berdasarkan perhitungan dan analisis yang dilakukan menggunakan metode *QFD*, maka ditemukan beberapa layanan di toko *Marks & Spencer* Karawaci yang masih belum sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan. Terdapat beberapa usulan perbaikan kualitas layanan yang dapat diterapkan oleh perusahaan yaitu dengan menambah alat kebersihan, menambah fasilitas ruang ganti, mengontrol standar kerapian *display*, memberi pelatihan *product knowledge* dalam melayani pelanggan, mengusulkan perubahan pada standar *lay-out* toko, menyediakan kursi tunggu yang nyaman dan minum, mengikuti model pakaian yang sedang tren dan nyaman, mengadakan promo yang menarik, serta mengontrol *grooming* staf dan pekerjaan. Setelah beberapa usulan perbaikan tersebut diterapkan, maka kepuasan pelanggan terhadap layanan pada toko *Marks & Spencer* Karawaci mengalami peningkatan dengan nilai rata-rata 4,578 dibandingkan dengan nilai sebelum melakukan perbaikan dengan rata-rata 3,668.

Kata Kunci: Harapan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, QFD.

I. PENDAHULUAN

Harapan pelanggan adalah keinginan tentang kebutuhan pribadi pelanggan yang digunakan untuk mengukur sebuah kualitas produk atau jasa tentang kepercayaan pelanggan sebelum menggunakan atau mencoba produk tersebut, yang dijadikan standar untuk menilai kualitas produk atau jasa tersebut. Harapan pelanggan diantaranya kualitas, harga, sikap, negosiasi, layanan yang maksimal dan pengalaman. Kepuasan pelanggan adalah hasil penilaian pembeli tentang apa yang diharapkan dari membeli dan menggunakan suatu produk. Pelanggan dapat merasa senang jika merasa puas dengan yang diharapkan dan sesuai dengan keinginan. Dengan cara ini, pelanggan akan lebih sering membeli dan menggunakan barang

tersebut karena faktor percaya pada layanan dan produk yang diberikan oleh perusahaan. (Rahmah, 2020). Toko *Marks & Spencer* Karawaci merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri perdagangan yaitu toko baju yang memberikan kualitas produk dan jasa pelayanan untuk memenuhi harapan pelanggannya. Ketatnya persaingan dalam hal kualitas pelayanan akan mendorong bisnis untuk meningkatkan layanan sehingga pelanggan akan merasa puas. Perusahaan harus melakukan evaluasi untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan harapan pelanggan dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)*. *Quality Function Deployment* adalah metode yang digunakan untuk mengidentifikasi harapan pelanggan dan memenuhi tingkat kualitas yang dibutuhkan.

Penerapan *Quality Function Deployment* menjamin kelangsungan perusahaan dalam proses perencanaan dan pengembangan produk atau jasa untuk mampu menetapkan spesifikasi kebutuhan konsumen supaya perusahaan dapat mengevaluasi produk atau jasa dalam memenuhi keinginan dan harapan pelanggan. Salah satu alat yang mendukung metode *QFD* adalah *House of Quality (HOQ)*. *HOQ* membantu perusahaan mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan dan kemudian melakukan perbaikan dengan atribut teknik yang dimiliki oleh perusahaan. (Prasmoro *et al.*, 2020).

II. METODOLOGI

Quality Function Deployment adalah sebuah metodologi yang digunakan untuk merepresentasikan keinginan dan kebutuhan konsumen ke dalam sebuah desain produk yang mana memiliki karakteristik kualitas dan persyaratan teknik tertentu. *QFD* merupakan metode yang berfungsi untuk membuat skala prioritas dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan untuk menetapkan standar layanan sesuai dengan harapan pelanggan. Prosedur menggunakan *QFD* menurut Qurthuby & Purnomo (2019) adalah:

1. Mengidentifikasi harapan pelanggan, mengetahui keinginan pelanggan, bertanya mengenai kriteria yang baik.
2. Mempelajari ketentuan teknis dalam menghasilkan barang dan jasa. Hal ini berguna untuk menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi harapan pelanggan.

3. Menentukan hubungan antara teknis dengan kebutuhan pelanggan. hal ini dapat berpengaruh kuat, sedang, atau tidak sama sekali. Setiap pelanggan diberi bobot untuk bisa membedakan pengaruh terhadap kualitas barang atau jasa.
4. Menentukan bobot dari masing-masing kebutuhan teknis
5. Melakukan evaluasi pelanggan. hal ini bertujuan untuk membandingkan pendapat pelanggan tentang kualitas produk yang dihasilkan perusahaan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dari hasil penelitian ini diolah menggunakan pengukuran House of Quality (HOQ). Berikut adalah pengolahan data dan pembahasan :

3.1 Pengolahan uji kecukupan data

Untuk menguji kecukupan data dapat ditentukan dengan jumlah responden yang telah mengisi kuesioner yang telah di sebarakan oleh peneliti untuk pelanggan Marks & Spencer Karawaci. Perhitungan Uji Kecukupan Data, $N' = 40$ responden, $K = 95\%$ tingkat kepercayaan, $s =$ Tingkat ketelitian.

$$N' = \left[\frac{\frac{k}{s} \sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2}}{\sum X} \right]^2$$

$$N' = \left[\frac{\frac{2}{0,05} \sqrt{40(744,96) - (171,33)^2}}{171,33} \right]^2$$

$$N' = \left[\frac{\frac{2}{0,05} \sqrt{29798,4 - (29355,11)}}{171,33} \right]^2$$

$$N' = 40 \left[\frac{443,29}{171,33} \right]^2$$

$$N' = 40 \left[\frac{21,0544}{171,33} \right]^2$$

$$N' = \left[\frac{842,177}{171,33} \right]^2$$

$$N' = [4,91543]^2$$

$$N' = 24,15615$$

Dari perhitungan uji kecukupan data di atas maka dapat diketahui bahwa tingkat kecukupan terhadap harapan pelanggan Marks & Spencer Karawaci sudah cukup, karena jika $N=40 > N^2=24,1$ maka data yang dikumpulkan sudah cukup.

3.2 Pengolahan Uji Validitas dan Realibilitas

Untuk uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi Minitab *for windows*. Uji signifikansi dilakukan untuk membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Dimana jumlah *sampel*, pada kasus ini (N) = 40 maka didapat r tabel = 0,2638 dengan membandingkan nilai *Correlated Item – Total Correlation* dengan hasil perhitungan r tabel, indikator atau data dapat dinyatakan valid jika r hitung $>$ r tabel dan nilai positif.

Untuk uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi Minitab *for windows*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,700$ sesuai ketentuan.

Dalam menyusun tabel *customer requirement* kriteria yang digunakan adalah *reliability, assurance, tangible, emphaty, dan responsiveness* (RATER), supaya mempermudah dalam mengidentifikasi, pengelompokan dan analisa. Tujuan dari *customer requirement* yaitu untuk melakukan penilaian terhadap tingkat kepentingan dan kepuasan responden. Pengumpulan data ini dilakukan melalui kuesioner yang disebarkan kepada pelanggan Marks & Spencer Karawaci.

Untuk melakukan penilaian terhadap tingkat kepentingan setiap atribut pada *customer requirement* oleh responden dapat dilakukan dengan skala likert di setiap dimensi RATER dengan kategori masing-masing sebagai berikut:

Ukuran skala likert untuk tingkat kepentingan Sangat Tidak Penting (STP), Tidak Penting (TP), Cukup Penting (CP), Penting (P), Sangat Penting (SP).

3.3 Tingkat Kepuasan

Membuat tabel tingkat kepuasan pelanggan terhadap toko Marks & Spencer dengan toko Uniqlo, H&M *competitor (competitive satisfaction performance)*. *Planning Matrix* terdiri dari *importance to customer* (derajat kepentingan), *customer satisfaction performance* (derajat kepuasan terhadap kinerja toko M&S), *competitive satisfaction performance* (derajat kepuasan terhadap kinerja toko

perempuan dan laki-laki secara terpisah, menjaga kebersihan ruangan dan inisiatif staf dalam membantu mengamankan barang pelanggan. Kepuasan pelanggan di *Marks & Spencer* Karawaci yaitu menyediakan fasilitas AC/udara yang nyaman (dimensi *tangible*), menyediakan model dan warna pakaian yang sedang tren (*dimensi reliability*), ketanggapan staf dalam menyediakan *size* terhadap barang yang diinginkan *customer* (*dimensi responsiveness*) penyediaan kualitas barang yang bagus dan nyaman (*dimensi assurance*) memberikan informasi yang benar dan akurat terhadap pelanggan (*dimensi empathy*). Ketentuan teknis yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan adalah dengan menambah alat kebersihan, menambah fasilitas ruang ganti, mengontrol standar kerapian *display*, memberi pelatihan *product knowledge* dalam melayani pelanggan, mengusulkan perubahan pada standar *lay-out* toko, menyediakan kursi tunggu yang nyaman, mengikuti model pakaian yang sedang tren, pengadaan barang yang berkualitas dan nyaman. Urutan prioritas pada perbaikan terhadap faktor-faktor harapan dan kepuasan pelanggan adalah mengontrol *grooming* staf dan pekerjaan di toko *M&S*, memberi pelatihan *product knowledge* dalam melayani pelanggan di toko *M&S* Karawaci, mengadakan promo yang menarik toko *M&S*, menambah alat kebersihan di toko *M&S*, menambah alat kebersihan, menambah fasilitas ruang ganti di toko *M&S*, mengikuti model pakaian yang sedang tren dan nyaman, mengontrol standar kerapian *display* mengusulkan perubahan pada standar *lay-out* toko toko di *M&S* Karawaci, di toko di *M&S*, menyediakan kursi tunggu yang nyaman toko di *M&S* Karawaci. Kebutuhan teknis perbaikan terhadap faktor yang mempengaruhi tingkat harapan dan kepuasan pelanggan sesuai dengan ranking 1 adalah bahwa perusahaan harus mengontrol *grooming* staf dan pekerjaan yang dapat dilihat pada *matrix HOQ* aspek tersebut memperoleh nilai sebesar 677,88 dan menjadi ranking 1 dari 9 urutan prioritas dan ketentuan teknis yang diberikan oleh toko.

DAFTAR PUSTAKA

- Brilliano, A.N.N., & Sudarso, I. (2022). *Implementasi Servqual (Service Quality) dan QFD (Quality Function Deployment) guna Meningkatkan Kualitas Jasa pada Reparasi Kapal (Studi Kasus Di PT. Adiluhung Saranasegara Indonesia)*.
- Darmawan, K. G., & Mahardikha A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga

- dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 74. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26202>.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek. *Manengggo: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282.
- Hidayah, W & Putri, E.P. (2021). Strategi Peningkatan Penjualan Pupuk Urea Berdasarkan Tingkat Kepuasan Pelanggan dengan Pendekatan *Servqual* dan *QFD* (Studi Kasus: PT. Petrokimia Gresik).
- Hayati, E. N., Eko F. A., & Radyanto, M. R. (2022). Peningkatan Kualitas Produk IKM Rumah Sabun dengan Jurnal rekayasa Sistem industri. 2089(2020), 13–21.
- Hidayat, R., & Anggraini, M. (2022.). Penerapan *Metode Quality Function Deployment* (QFD) Dalam Pengembangan Produk Cutteristic (Vol. 6, Issue 1). *Jurnal Teknik Industri Unisi*.
- Juniarti, A. D., Zakaria, T., & Sadiyah, H. (2021). Analisa Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dengan Metode *Quality Function Deployment* (QFD) (Studi Kasus: PT. Surya Makmur Suplindo). *Jurnal InTent*, 4(2), 109–130.
- Jatmiko A, H., & Nugroho, S.D. (2022). *Implementing Kansei Engineering and Quality Function Deployment Method in Designing Shoes: Case Study at Rejowinangun Original Leather. Journal Of Engineering Design and Technology*. Vol. 22, Issue 1. <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/logic>.
- Kurnia, E.T., & Listanti, T.A. (2019). Identifikasi Preferensi Konsumen Produk Kerupuk Jambu Biji Merah Menggunakan Metode *QFD (Quality Function Deployment) Identification of Customer Preferences for Red Guava Crackers Use QFD Method*. <http://journal.univpancasila.ac.id/index.php/asiimetrik/>.
- Karakus, Y. (2021). *Evaluating And Improving the Destination Image Through QFD-AHP Integrated Method: Example of Cappadocia*. 10(1), 1–17.
- Marpaung, K. F., Arnold S., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 1–16. <http://ejournal.lmiimedan.net>.

- Maha Dian, T. (2021). *Quality Improvement of Honey Product Using Quality Function Deployment (QFD) Method Peningkatan Kualitas Produk Madu Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD)*. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 10, 260–273.
- Mishra, A., & Durgmath, K. (2022.). *Application Of Quality Function Deployment for Affordable Housing In Mumbai: A Single Center Study*. <http://ymerdigital.com>.
- Nugroho, W., M. (2022). 785 Pendekatan *House of Quality (HoQ)* Terhadap Kinerja Jalan dengan Metode *Quality Function Deployment (QFD)*. *Briliant: Jurnal Riset dan Konseptual*, 7(3). <https://doi.org/10.28926/briliant.V7i3>.
- Prasmoro, A.V., & Siregar, D. (2020). Analisis Perbaikan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode *Quality Function Deployment (Studi Kasus Cafe XYZ Rawalumbu)*. *Journal of Industrial and Engineering System*, 1(2), 89–100. <https://doi.org/10.31599/jies.v1i2.320>.