

Pengukuran Kualitas Pelayanan Konsumen Supermarket XY Departement Store Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD)

Haikal Romadan

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Tanjungpura
romadanhaiikal@gmail.com

ABSTRAK *Supermarket XY Department Store* merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang pemasaran barang-barang kebutuhan pokok sehari-hari, baik kebutuhan pangan maupun kebutuhan sandang. Permasalahan yang dihadapi yaitu adanya keluhan dari pelanggan, berdasarkan hasil wawancara permasalahan yang sering terjadi pada pelanggan antara lain, transaksi pembayaran yang lambat sehingga terjadi antrian panjang pada kasir, ada beberapa kasir yang tidak aktif, kurang tanggapnya karyawan dalam membantu konsumen dalam mencari produk, keranjang atau *trolly* yang disediakan mengalami kerusakan, lahan parkir kurang luas, pendingin ruangan yang kurang baik, pencahayaan ruangan yang kurang baik, produk yang dijual tidak tertata rapi, *barcode* harga yang buram dan beberapa permasalahan lainnya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Quality Funtion Deployment* (QFD), yang dilakukan mulai dari penentuan jumlah sampel berjumlah 99 orang, rekapitulasi data, uji validitas, uji reliabilitas, *voice of customer*, matrik interaksi, interaksi parameter tenkis dan pembuatan rumah kualitas (*House of Quality*).

Hasil yang didapat dengan penerapan QFD diperoleh prioritas berdasarkan tingkat kepentingan dan kepuasan kosumen. Tiga urutan tertinggi berdasarkan tingkat kepentingan adalah Jaminan keamanan parkir (4,596) , Keamanan pada tempat penitipan barang (4,515), Penerimaan kembali barang yang rusak/kadaluwarsa (4,364). Berdasarkan tingkat kepuasan konsumen adalah Ketersediaan keranjang/*trolly* (3,505), Kebersihan ruangan yang terjaga (3,182), Karyawan selalu mengucapkan salam, menyapa dan senyum kepada pelanggan (2,869).

Kata kunci : Kualitas pelayanan, QFD, Supermarket

1. PENDAHULUAN

Supermarket Garuda Mitra *Department Store* merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang pemasaran barang-barang kebutuhan pokok sehari-hari, baik kebutuhan pangan maupun kebutuhan sandang. Lokasi *Supermarket* Garuda

Mitra *Department Store* berdekatan dengan beberapa *Supermarket* lainnya yang bergerak dibidang yang sama, hal ini tentunya menimbulkan persaingan dalam menarik konsumen atau pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh pihak perusahaan. Keluhan yang sering terjadi pada pelanggan, berdasarkan hasil wawancara awal pada pihak manajemen *Supermarket* Garuda Mitra *Department Store* terdapat keluhan pelanggan antara lain , 1 transaksi pembayaran yang lambat sehingga terjadi antrian panjang pada kasir, 2 kurang tanggapnya karyawan dalam membantu konsumen dalam mencari produk, 3 keranjang atau *trolly* yang disediakan mengalami kerusakan, 4. lahan parkir kurang luas, 5 pendingin ruangan yang kurang baik, 6 pencahayaan ruangan yang kurang baik, 7 produk yang dijual tidak tertata rapi membuat konsumen kebingungan mengetahui harga produk tersebut, 8 *barcode* harga yang buram dan beberapa permasalahan lainnya.

2. TEORI DASAR

Kualitas merupakan sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. Secara Operasional, produk berkualitas adalah produk yang memenuhi harapan pelanggan. Produk harus memiliki tingkat kualitas tertentu karena produk dibuat untuk memenuhi selera konsumen atau memuaskan pemakainya. (Wijaya, T., 2018)

Pelayanan pelanggan menurut Kotler (2002) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan pemilikan apapun. Produksinya tidak berwujud dan tidak dikaitkan pada suatu produk fisik sehingga pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memnuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapai kepuasan sendiri. Kotler pun mengatakan bahwa perilaku kepuasan konsumen tersebut dapat terjadi pada saat sebelumnya dan sesudah terjadinya transaksi. Tujuan dari kegiatan

pelayanan pelanggan adalah untuk memudahkan pelanggan agar bisa memberikan saran, kritikan serta keluhan kepada perusahaan tetapi hal tersebut bisa bermanfaat bagi perusahaan karena dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan strategi perusahaan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Quality Function Deployment (QFD)

QFD merupakan pendekatan yang sistematis dalam menerapkan apa yang diinginkan konsumen dan menerjemahkan keinginan tersebut secara akurat ke dalam desain teknis, manufacturing, dan perencanaan yang tepat. Pada prinsipnya QFD membantu mendengarkan suara konsumen atau keinginan konsumen. (Wijaya, T. 2018)

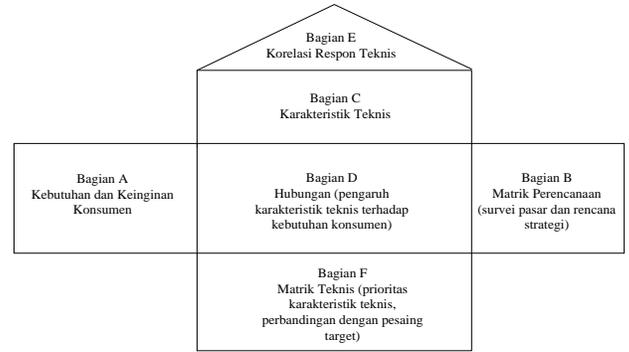
QFD merupakan suatu metode yang digunakan dalam mendukung dan melaksanakan filosofi TQM, QFD juga digunakan untuk memperbaiki proses perencanaan dan mengatasi permasalahan, serta membantu mengadakan perbaikan terhadap budaya perusahaan atau organisasi. (Wijaya, T. 2018)

QFD adalah metode untuk perencanaan dan pengembangan produk terstruktur yang memungkinkan tim pengembang menentukan secara jelas keinginan dan kebutuhan konsumen, dan kemudian mengevaluasi setiap produk atau kemampuan layanan yang diajukan secara sistematis dalam hal dampaknya terhadap pemenuhan kebutuhan tersebut. (Cohen, Lou. 1995)

Menurut (Cohen, Lou. 1995) proses QFD melibatkan pembuatan satu atau lebih matrik (biasa disebut “Quality Tables”). Ini menampilkan keinginan dan kebutuhan konsumen (suara konsumen), dan respon teknis tim pengembang untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen di atas tersebut. Matrik ini terdiri dari beberapa bagian atau submatrik yang digabungkan bersama dalam berbagai cara, masing-masing berisi informasi yang berhubungan dengan yang lain.

Rumah kualitas (House of Quality)

Alat yang digunakan untuk menggunakan struktur QFD adalah matrik yang berbentuk rumah, yang disebut *house of quality*. Bentuk dan keterangan dari setiap bagian matrik *house of quality* adalah tampak pada gambar 1.



Gambar 1 House Of Quality

Sumber : Wijaya, T., 2018

Menurut Wijaya, T., (2018), penjelasan dari gambar di atas mengenai *House of Quality* adalah sebagai berikut:

Bagian A terdiri dari sejumlah kebutuhan dan keinginan konsumen yang di peroleh dari penelitian pasar.

Bagian B terdiri dari tiga jenis informasi:

1. Bobot kepentingan kebutuhan konsumen.
2. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa.
3. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa sejenis dari perusahaan pesaing.

Bagian C berisikan persyaratan-persyaratan teknis untuk produk atau jasa baru yang akan dikembangkan. Data ini diturunkan berdasarkan informasi yang diperoleh mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen (matrik A).

Bagian D terdiri dari penelitian manajemen mengenai kekuatan hubungan antara elemen-elemen yang terdapat pada bagian persyaratan teknis (matrik C) terhadap kebutuhan konsumen (matrik A) yang dipengaruhinya, kekuatan hubungan ditentukan dengan simbol tertentu.

Bagian E menunjukkan korelasi persyaratan teknis yang satu dengan persyaratan-persyaratan yang lain yang terdapat pada matrik C. Korelasi antara kedua persyaratan teknis tersebut ditunjukkan dengan simbol-simbol tertentu.

Bagian F terdiri dari tiga jenis informasi:

1. Urutan tingkat kepentingan (ranking) persyaratan teknis.
2. Informasi untuk membandingkan kinerja teknis produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan terhadap kinerja produk atau jasa pesaing.
3. Target kinerja persyaratan teknis produk atau jasa yang baru dikembangkan.

Adapun komponen detail *House of Quality* adalah sebagai berikut:

1. *What* adalah keinginan atau kebutuhan konsumen, yang ditempatkan pada bagian A.

2. *Hows (tectical description)* adalah kebutuhan akan desain atau “bahasa teknis” produk atau jasa, secara sederhana dapat dikatakan bahwa matrik *hows* merupakan jawaban yang diberikan perusahaan atau permintaan dalam matrik *What*.
3. *Corelation matrix*, menjelaskan hubungan antara *What* dan *Hows*, korelasi ini dapat digambarkan dengan simbol kuat, cukup, dan lemah.
4. *Corelation roof matrik* menggambarkan hubungan antar *Hows*, korelasi ini dapat dibedakan menjadi korelasi positif dan negatif. Korelasi positif berarti bahwa antar *technical descriptors* saling mendukung, akan tetapi bila korelasi negatif maka antar *technical descriptors* saling bertentangan, sehingga perlu dicermati dalam mengimplementasiakannya, agar pelanggan tidak dirugikan. Karena mungkin kita menaikkan kualitas satu layanan tetapi justru akan menurunkan kualitas layanan yang lain.
5. *Competitive assessment* adalah penilaian produk atau jasa perusahaan tertentu dengan milik pesaing. Selain itu pada tahap ini juga dilakukan penelitian mengenai kondisi kemampuan *technical descriptors* yang telah ditetapkan.
6. *Customer requirement priorities* yang diberikan konsumen terhadap kebutuhannya. Dalam tahap ini perhitungannya meliputi: *information to customer, target value, sale-up factor, sales point, dan nilai absolute weight*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan data pada sub bab diatas, diperoleh urutan prioritas kebutuhan berdasarkan tingkat kepentingan konsumen, kepuasan yang dirasakan oleh konsumen agar dapat memberikan kualitas pelayanan lebih baik. Hasil dari pengolahan atribut dari tingkat kepentingan yang paling tinggi sampai yang terendah dan tingkat kepuasan dari kosumen pada *Supermarket XY Pontianak*. Urutan prioritas atribut kebutuhan beserta nilainya, Goal, Improvement Ratio, dan Normalisasi Bobot dapat dilihat sebagai berikut:

1. Ketersediaan keranjang/trolley

Atribut ini menempati tingkat *importance to customer* pada urutan pertama (1), maka dari itu ketersediaan keranjang/trolley sebaiknya harus dilakukan agar pelayanan lebih baik. Tingkat kepuasan sebesar (3,505) dan *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* sebesar (3,889). Nilai kepuasan pada *Supermarket XY Department Store* lebih rendah dari *competitive benchmark* menunjukkan bahwa ketersediaan keranjang/trolley kurang baik dari pesaingnya. *Goal* yang ingin atau mampu dicapai oleh *Supermarket XY Department Store* untuk meningkatkan kualitas demi terciptanya

kepuasan sebesar 5. *Improvement Ratio* yang didapat berdasarkan *Goal* adalah 1,427. *Improvement Ratio* yang dihasilkan rendah, sehingga usaha perbaikan yang dilakukan tidak begitu besar, normalisasi bobot yang dihasilkan adalah sebesar 0,004.

2. Area Parkir yang Luas

Atribut ini menempati tingkat *importance to customer* pada urutan kedua (2), maka sebaiknya area parkir yang luas harus dilakukan perbaikan agar pelayanan menjadi lebih baik. Tingkat kepuasan pada atribut ini sebesar (2,667) dan *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* sebesar (3,889). Nilai kepuasan *Supermarket XY Department Store* lebih rendah dan *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* menunjukkan bahwa area parkir yang luas kurang baik dari pesaingnya. *Goal* yang ingin atau mampu dicapai *Supermarket XY Department Store* untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi terciptanya kepuasan sebesar 5. *Improvement Ratio* yang didapat berdasarkan *goal* adalah 1,875. *Improvement Ratio* yang dihasilkan cukup tinggi, sehingga usaha perbaikan kualitas yang dilakukan cukup besar. Normalisasi bobot yang dihasilkan adalah sebesar 0,009.

3. Susunan produk tertata rapi sesuai kelompoknya

Atribut ini menempati tingkat *importance to customer* yang ke tiga (3), maka sebaiknya susunan produk tertata rapi sesuai kelompoknya harus dilakukan perbaikan agar pelayanan menjadi lebih baik. Tingkat kepuasan pada atribut ini sebesar (2,949), dan *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* sebesar (3,949). Nilai kepuasan *Supermarket XY Department Store* lebih rendah dari *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* menunjukkan bahwa Susunan produk tertata rapi sesuai kelompoknya kurang baik dari pesaingnya. *Goal* yang ingin dicapai *Supermarket XY Department Store* untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi terciptanya kepuasan sebesar 5. *Improvement Ratio* yang dihasilkan berdasarkan *goal* adalah 1,695. *Improvement Ratio* yang dihasilkan cukup tinggi, sehingga usaha perbaikan kualitas yang dilakukan cukup besar. Normalisasi bobot yang dihasilkan 0,013.

4. Pencahayaan ruangan yang baik

Atribut ini menempati tingkat *importance to customer* ke empat (4), maka pencahayaan ruangan yang baik harus dilakukan perbaikan agar pelayanan menjadi lebih baik. Tingkat kepuasan pada atribut ini sebesar (2,556), dan *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* sebesar (3,818). Nilai kepuasan *Supermarket XY Department Store* lebih rendah dari *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* menunjukkan bahwa pencahayaan ruangan yang baik kurang baik dari

pesaingnya. *Goal* yang ingin dicapai *Supermarket XY Department Store* untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi terciptanya kepuasan sebesar *Improvement Ratio* yang dihasilkan berdasarkan *goal* adalah 1,957. *Improvement Ratio* yang dihasilkan sangat tinggi, sehingga usaha perbaikan kualitas yang dilakukan cukup besar. Normalisasi bobot yang dihasilkan 0,020.

5. Harga yang bersaing

Atribut ini menempati tingkat *importance to customer* ke lima (5), maka harga yang bersaing harus dilakukan perbaikan agar pelayanan menjadi lebih baik. Tingkat kepuasan pada atribut ini sebesar (3,051), dan *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* sebesar (3,848). Nilai kepuasan *Supermarket XY Department Store* lebih rendah dari *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* menunjukkan bahwa harga yang bersaing kurang baik dari pesaingnya. *Goal* yang ingin dicapai *Supermarket XY Department Store* untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi terciptanya kepuasan sebesar 5. *Improvement Ratio* yang dihasilkan berdasarkan *goal* adalah 1,639. *Improvement Ratio* yang dihasilkan cukup tinggi, sehingga usaha perbaikan kualitas yang dilakukan cukup besar. Normalisasi bobot yang dihasilkan 0,021.

6. Kelengkapan produk yang dijual

Atribut ini menempati tingkat *importance to customer* ke enam (6), maka kelengkapan produk yang dijual harus dilakukan perbaikan agar pelayanan menjadi lebih baik. Tingkat kepuasan pada atribut ini sebesar (3,031), dan *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* sebesar (3,879). Nilai kepuasan *Supermarket XY Department Store* lebih rendah dari *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* menunjukkan bahwa kelengkapan produk yang dijual kurang baik dari pesaingnya. *Goal* yang ingin dicapai *Supermarket XY Department Store* untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi terciptanya kepuasan sebesar 5. *Improvement Ratio* yang dihasilkan berdasarkan *goal* adalah 1,650. *Improvement Ratio* yang dihasilkan cukup tinggi, sehingga usaha perbaikan kualitas yang dilakukan cukup besar. Normalisasi bobot yang dihasilkan 0,025.

7. Jumlah kasir yang memadai

Atribut ini menempati tingkat *importance to customer* ke tujuh (7), maka jumlah kasir yang memadai harus dilakukan perbaikan agar pelayanan menjadi lebih baik. Tingkat kepuasan pada atribut ini sebesar (3,030), dan *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* sebesar (3,879). Nilai kepuasan *Supermarket XY Department Store* lebih rendah dari *competitive benchmark* yaitu *YZ Pontianak* menunjukkan bahwa jumlah kasir yang

memadai kurang baik dari pesaingnya. *Goal* yang ingin dicapai *Supermarket XY Department Store* untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi terciptanya kepuasan sebesar 5. *Improvement Ratio* yang dihasilkan berdasarkan *goal* adalah 1,650. *Improvement Ratio* yang dihasilkan cukup tinggi, sehingga usaha perbaikan kualitas yang dilakukan cukup besar. Normalisasi bobot yang dihasilkan 0,029.

8. Ketelitian kasir saat melakukan perhitungan dalam transaksi pembayaran

Atribut ini menempati tingkat *importance to customer* ke delapan(8), maka ketelitian kasir saat melakukan perhitungan dalam transaksi pembayaran harus dilakukan perbaikan agar pelayanan menjadi lebih baik. Tingkat kepuasan pada atribut ini sebesar (3,051), dan *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* sebesar (3,899). Nilai kepuasan *Supermarket XY Department Store* lebih rendah dari *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* menunjukkan bahwa ketelitian kasir saat melakukan perhitungan dalam transaksi pembayaran kurang baik dari pesaingnya. *Goal* yang ingin dicapai *Supermarket XY Department Store* untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi terciptanya kepuasan sebesar 5. *Improvement Ratio* yang dihasilkan berdasarkan *goal* adalah 1,639. *Improvement Ratio* yang dihasilkan cukup tinggi, sehingga usaha perbaikan kualitas yang dilakukan cukup besar. Normalisasi bobot yang dihasilkan 0,033.

9. Suhu ruangan yang baik

Atribut ini menempati tingkat *importance to customer* ke sembilan (9), maka suhu ruangan yang baik harus dilakukan perbaikan agar pelayanan menjadi lebih baik. Tingkat kepuasan pada atribut ini sebesar (3,091), dan *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* sebesar (3,838). Nilai kepuasan *Supermarket XY Department Store* lebih rendah dari *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* menunjukkan bahwa suhu ruangan kurang baik dari pesaingnya. *Goal* yang ingin dicapai *Supermarket XY Department Store* untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi terciptanya kepuasan sebesar 5. *Improvement Ratio* yang dihasilkan berdasarkan *goal* adalah 1,618. *Improvement Ratio* yang dihasilkan cukup tinggi, sehingga usaha perbaikan kualitas yang dilakukan cukup besar. Normalisasi bobot yang dihasilkan 0,037.

10. Jaminan keamanan parkir

Atribut ini menempati tingkat *importance to customer* ke sepuluh (10), maka jaminan keamanan parkir harus dilakukan perbaikan agar pelayanan menjadi lebih baik. Tingkat kepuasan pada atribut ini sebesar (2,065), dan *competitive benchmark* yaitu

Supermarket YZ Pontianak sebesar (3,566). Nilai kepuasan *Supermarket XY Department Store* lebih rendah dari *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* menunjukkan bahwa jaminan keamanan parkir kurang baik dari pesaingnya. *Goal* yang ingin dicapai *Supermarket XY Department Store* untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi terciptanya kepuasan sebesar *Improvement Ratio* yang dihasilkan berdasarkan *goal* adalah 1,996. *Improvement Ratio* yang dihasilkan paling tinggi pertama sehingga usaha perbaikan kualitas yang dilakukan cukup besar. Normalisasi bobot yang dihasilkan 0,050.

11. Adanya fasilitas dalam pembayaran menggunakan kartu kredit

Atribut ini menempati tingkat *importance to customer* ke sebelas (11), maka adanya fasilitas pembayaran menggunakan kartu kredit harus dilakukan perbaikan agar pelayanan menjadi lebih baik. Tingkat kepuasan pada atribut ini sebesar (2,990), dan *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* sebesar (3,182). Nilai kepuasan *Supermarket XY Department Store* lebih rendah dari *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* menunjukkan bahwa adanya fasilitas pembayaran menggunakan kartu kredit kurang baik dari pesaingnya. *Goal* yang ingin dicapai *Supermarket XY Department Store* untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi terciptanya kepuasan sebesar *Improvement Ratio* yang dihasilkan berdasarkan *goal* adalah 1,672. *Improvement Ratio* yang dihasilkan cukup tinggi pertama sehingga usaha perbaikan kualitas yang dilakukan cukup besar. Normalisasi bobot yang dihasilkan 0,046.

12. Kebersihan ruangan terjaga

Atribut ini menempati tingkat *importance to customer* ke duabelas (12), maka kebersihan ruangan terjaga harus dilakukan perbaikan agar pelayanan menjadi lebih baik. Tingkat kepuasan pada atribut ini sebesar (3,182), dan *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* sebesar (4,091). Nilai kepuasan *Supermarket XY Department Store* lebih rendah dari *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* menunjukkan bahwa kebersihan ruangan terjaga kurang baik dari pesaingnya. *Goal* yang ingin dicapai *Supermarket XY Department Store* untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi terciptanya kepuasan sebesar 5. *Improvement Ratio* yang dihasilkan berdasarkan *goal* adalah 1,571. *Improvement Ratio* yang dihasilkan cukup tinggi sehingga usaha perbaikan kualitas yang dilakukan cukup besar. Normalisasi bobot yang dihasilkan 0,060.

13. Keamanan pada tempat penitipan barang

Atribut ini menempati tingkat *importance to customer* ke tigabelas (13), maka keamanan pada

tempat penitipan barang harus dilakukan perbaikan agar pelayanan menjadi lebih baik. Tingkat kepuasan pada atribut ini sebesar (3,182), dan *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* sebesar (3,242). Nilai kepuasan *Supermarket XY Department Store* lebih rendah dari *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* menunjukkan bahwa keamanan pada tempat penitipan barang kurang baik dari pesaingnya. *Goal* yang ingin dicapai *Supermarket XY Department Store* untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi terciptanya kepuasan sebesar 5. *Improvement Ratio* yang dihasilkan berdasarkan *goal* adalah 1,941. *Improvement Ratio* yang dihasilkan paling tinggi kedua sehingga usaha perbaikan kualitas yang dilakukan sangat besar. Normalisasi bobot yang dihasilkan 0,063.

14. Adanya fasilitas dalam pembayaran kredit

Atribut ini menempati tingkat *importance to customer* ke empatbelas (14), adanya fasilitas pembayaran kredit harus dilakukan perbaikan agar pelayanan menjadi lebih baik. Tingkat kepuasan pada atribut ini sebesar (2,939), dan *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* sebesar (3,111). Nilai kepuasan *Supermarket XY Department Store* lebih rendah dari *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* menunjukkan bahwa adanya fasilitas dalam pembayaran kredit kurang baik dari pesaingnya. *Goal* yang ingin dicapai *Supermarket XY Department Store* untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi terciptanya kepuasan sebesar 5. *Improvement Ratio* yang dihasilkan berdasarkan *goal* adalah 1,701. *Improvement Ratio* yang dihasilkan sangat tinggi sehingga usaha perbaikan kualitas yang dilakukan cukup besar. Normalisasi bobot yang dihasilkan 0,060.

15. Karyawan selalu mengucapkan salam, menyapa dan senyum kepada pelanggan

Atribut ini menempati tingkat *importance to customer* ke limabelas (15), karyawan selalu mengucapkan salam, menyapa dan senyum kepada pelanggan harus dilakukan perbaikan agar pelayanan menjadi lebih baik. Tingkat kepuasan pada atribut ini sebesar (3,111), dan *competitive benchmark* yaitu *YZ Pontianak* sebesar (3,273). Nilai kepuasan *Supermarket XY Department Store* lebih rendah dari *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* menunjukkan bahwa karyawan selalu mengucapkan salam, menyapa dan senyum kepada pelanggan kurang baik dari pesaingnya. *Goal* yang ingin dicapai *Supermarket XY Department Store* untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi terciptanya kepuasan sebesar 5. *Improvement Ratio* yang dihasilkan berdasarkan *goal* adalah 1,607. *Improvement Ratio* yang dihasilkan cukup tinggi

sehingga usaha perbaikan kualitas yang dilakukan cukup besar. Normalisasi bobot yang dihasilkan 0,061.

16. Ketersediaan fasilitas tempat penarikan tunai/ATM

Atribut ini menempati tingkat *importance to customer* ke enambelas (16), ketersediaan fasilitas tempat penarikan tunai/ATM harus dilakukan perbaikan agar pelayanan menjadi lebih baik. Tingkat kepuasan pada atribut ini sebesar (3,020), dan *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* sebesar (3,313). Nilai kepuasan *Supermarket XY Department Store* lebih rendah dari *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* menunjukkan bahwa ketersediaan fasilitas tempat penarikan tunai/ATM kurang baik dari pesaingnya. *Goal* yang ingin dicapai *Supermarket XY Department Store* untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi terciptanya kepuasan sebesar 5. *Improvement Ratio* yang dihasilkan berdasarkan *goal* adalah 1,656. *Improvement Ratio* yang dihasilkan cukup tinggi sehingga usaha perbaikan kualitas yang dilakukan cukup besar. Normalisasi bobot yang dihasilkan 0,067.

17. Penerimaan kembali barang yang rusak/kadaluwarsa

Atribut ini menempati tingkat *importance to customer* ke tujuhbelas (17), penerimaan kembali barang yang rusak/kadaluwarsa harus dilakukan perbaikan agar pelayanan menjadi lebih baik. Tingkat kepuasan pada atribut ini sebesar (2,697), dan *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* sebesar (3,384). Nilai kepuasan *Supermarket XY Department Store* lebih rendah dari *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* menunjukkan bahwa penerimaan kembali barang yang rusak/kadaluwarsa kurang baik dari pesaingnya. *Goal* yang ingin dicapai *Supermarket XY Department Store* untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi terciptanya kepuasan sebesar 5. *Improvement Ratio* yang dihasilkan berdasarkan *goal* adalah 1,854. *Improvement Ratio* yang dihasilkan paling tinggi ketiga sehingga usaha perbaikan kualitas yang dilakukan sangat besar. Normalisasi bobot yang dihasilkan 0,079.

18. Respon cepat dari pihak manajemen dengan adanya kritik dan saran dari pelanggan

Atribut ini menempati tingkat *importance to customer* ke delapanbelas (18), respon cepat dari pihak manajemen dengan adanya kritik dan saran dari pelanggan harus dilakukan perbaikan agar pelayanan menjadi lebih baik. Tingkat kepuasan pada atribut ini sebesar (2,889), dan *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* sebesar (3,232). Nilai kepuasan *Supermarket XY Department Store* lebih rendah dari *competitive benchmark* yaitu

Supermarket YZ Pontianak menunjukkan bahwa respon cepat dari pihak manajemen dengan adanya kritik dan saran dari pelanggan kurang baik dari pesaingnya. *Goal* yang ingin dicapai *Supermarket XY Department Store* untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi terciptanya kepuasan sebesar 5. *Improvement Ratio* yang dihasilkan berdasarkan *goal* adalah 1,731. *Improvement Ratio* yang dihasilkan cukup tinggi sehingga usaha perbaikan kualitas yang dilakukan cukup besar. Normalisasi bobot yang dihasilkan 0,078.

19. Karyawan selalu mengucapkan terima kasih kepada pelanggan diakhir pelayanan

Atribut ini menempati tingkat *importance to customer* ke sembilanbelas (19), karyawan selalu mengucapkan terima kasih kepada pelanggan diakhir pelayanan harus dilakukan perbaikan agar pelayanan menjadi lebih baik. Tingkat kepuasan pada atribut ini sebesar (2,818), dan *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* sebesar (3,081). Nilai kepuasan *Supermarket XY Department Store* lebih rendah dari *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* menunjukkan bahwa karyawan selalu mengucapkan terima kasih kepada pelanggan diakhir pelayanan kurang baik dari pesaingnya. *Goal* yang ingin dicapai *Supermarket XY Department Store* untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi terciptanya kepuasan sebesar 5. *Improvement Ratio* yang dihasilkan berdasarkan *goal* adalah 1,774. *Improvement Ratio* yang dihasilkan sangat tinggi sehingga usaha perbaikan kualitas yang dilakukan cukup besar. Normalisasi bobot yang dihasilkan 0,085.

20. Keramahan karyawan dalam melakukan pelayanan pada pelanggan

Atribut ini menempati tingkat *importance to customer* ke duapuluh (20), keramahan karyawan dalam melakukan pelayanan pada pelanggan harus dilakukan perbaikan agar pelayanan menjadi lebih baik. Tingkat kepuasan pada atribut ini sebesar (2,869), dan *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* sebesar (2,929). Nilai kepuasan *Supermarket XY Department Store* lebih rendah dari *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* menunjukkan bahwa keramahan karyawan dalam melakukan pelayanan pada pelanggan kurang baik dari pesaingnya. *Goal* yang ingin dicapai *Supermarket XY Department Store* untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi terciptanya kepuasan sebesar 5. *Improvement Ratio* yang dihasilkan berdasarkan *goal* adalah 1,743. *Improvement Ratio* yang dihasilkan sangat tinggi sehingga usaha perbaikan kualitas yang dilakukan cukup besar. Normalisasi bobot yang dihasilkan 0,088.

21. Kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dalam mencari produk

Atribut ini menempati tingkat *importance to customer* ke dua puluh satu (21), kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dalam mencari produk harus dilakukan perbaikan agar pelayanan menjadi lebih baik. Tingkat kepuasan pada atribut ini sebesar (3,020), dan *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* sebesar (3,303). Nilai kepuasan *Supermarket XY Department Store* lebih rendah dari *competitive benchmark* yaitu *Supermarket YZ Pontianak* menunjukkan bahwa kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dalam mencari produk kurang baik dari pesaingnya. *Goal* yang ingin dicapai *Supermarket XY Department Store* untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi terciptanya kepuasan sebesar 5. *Improvement Ratio* yang dihasilkan berdasarkan *goal* adalah 1,656. *Improvement Ratio* yang dihasilkan cukup tinggi sehingga usaha perbaikan kualitas yang dilakukan cukup besar. Normalisasi bobot yang dihasilkan 0,087.

4. KESIMPULAN

Tingkat kepuasan konsumen terhadap *Supermarket XY Department Store*, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD), terdapat pada atribut Ketersediaan Keranjang/trolley dengan nilai (3,505), ini menunjukkan bahwa ketersediaan keranjang/trolley sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen khususnya dalam hal memberikan kemudahna bagi konsumen untuk membawa belanjaan. Sedangkan nilai terendah dari tingkat kepuasan terdapat pada atribut Ketelitian Kasir saat Melakukan Perhitungan dalam Transaksi Pembayaran dengan nilai (3,051), ini menunjukkan bahwa konsumen tidak terllu memperlmasalahkan terhadap ketelitian kasir ketika melakukan perhitungan dalam transaksi dalam pembayaran. Tingkat kepentingan konsumen terhadap *Supermarket XY Department Store*, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD), terdapat pada atribut Jaminan Keamanan parkir dengan nilai (4,512), ini menunjukkan bahwa konsumen sangat memelukan keamanan dari kendaraan merekna yang terparkir di area parkir *Supermarket XY Department Store*. Sedangkan nilai terendah dari tingkat kepentingan terdapat pada atribut Susunan Produk Tertata Rapi Sesuai Kelompoknya dengan nilai (4,323), ini menunjukkan bahwa susunan atau penataan produk tidak terllalu berpengaruh terhadap kepentingan konsumen.

Usulan peningkatan atau perbaikan kualitas pelayanan yang dapat dirkomendasikan kepada pihak

Supermarket XY Department Store yaitu Karyawan melayani pelanggan dengan 3S (sapa, salam, dan senyum), Kediaan karyawan untuk membantu pelanggan tanpa diminta, Penyediaan mesin pembayaran Debit, Adanya karyawan pada setiap rak/tempat penjualan produk, Adanya petugas/karyawan yang mengontrol produk atau barang yang dijual tidak mengalami kerusakan dan kadaluwarsa dan Pihak perusahaan menyediakan kotak saran.

Referensi

- [1] Cohen, Lou. 1995. "*Quality Function Deployment How To Make QFD Work For You*". Addison-Wesley Publishing Company : New York.
- [2] Kotler, Philip, (2006), *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi kesatu. PT Indeks. Jakarta
- [3] Wijaya, Tony, 2018. *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi kedua. PT Indeks. Jakarta.

Biografi

Haikal Romadan lahir di Perigi Parit, 25 Februari 1994, merupakan anak ke-dua dari empat bersaudara. Penulis memulai pendidikan di SDN 15 Teluk Keramat pada tahun 2000, dilanjutkan SMPN 5 Teluk Keramat pada tahun 2006, dan SMAN 1 Sejangkung pada tahun 2009. Setelah lulus SMA pada tahun 2012 penulis melanjutkan studi di program studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Tanjungpura.