

ANALISIS PENGEMBANGAN PELAYANAN JASA TV KABEL MENGUNAKAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD)

Rizka Lestari¹, Siti Wardah², Khairul Ihwan³

^{1,2,3} Program Studi Teknik Industri, Universitas Islam Indragiri
Tembilahan, Jalan Provinsi Parit 1 Kode Pos 29213

* rizkalestari1007@gmail.com

ABSTRAK

Pengembangan Pelayanan Jasa sangat penting dilakukan melihat kebutuhan dan keinginan pelanggan serta pasar yang selalu mengalami siklus perubahan. Untuk dapat melakukan perancangan dan pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang efektif dan efisien harus disertai tools dan metode yang tepat. Kesesuaian antara spesifikasi dan parameter mutu produk dengan keinginan pelanggan merupakan pertimbangan penting dalam melakukan perancangan produk. Kemampuan desain dan proses produksi merupakan pembatas untuk menyesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. *Quality Function Deployment* (QFD) merupakan salah satu teknik yang digunakan untuk menterjemahkan kebutuhan konsumen kedalam karakteristik produk serta mempertimbangkan kemampuan perusahaan untuk memenuhinya. Dari hasil pengolahan data dan analisa, maka dapat disimpulkan bahwa berdasarkan wawancara dan survey terhadap pelanggan diperoleh penilaian terhadap atribut rancangan adalah : (1) Kelengkapan tayangan dengan derajat kepentingan sebesar 7,8 ; (2) Harga terjangkau dengan derajat kepentingan sebesar 7,6 ; (3) Siaran sesuai kebutuhan dengan derajat kepentingan sebesar 7,5 ; (4) Pelayanan dengan derajat kepentingan sebesar 7,4 ; dan (5) Kualitas dengan derajat kepentingan sebesar 7,3. Dengan demikian, disimpulkan bahwa pelanggan mementingkan kelengkapan dari tayangan dan harga yang terjangkau.

Kata kunci : *Quality Function Deployment* (QFD), Pelayanan Jasa, kebutuhan dan keinginan pelanggan.

ABSTRACT

Service Development is very important to do looking at the needs and desires of customers and markets that always improve the cycle of change. To be able to design and develop products that are in accordance with the needs and demands of customers that are effective and efficient, it must be according to the right tools and methods. Conformity between specifications and parameters Design and production process is a barrier to adjust to the needs and needs of consumers. Quality Function Deployment (QFD) is one of the techniques used to translate consumer needs into product characteristics and consider the company's ability to fulfill them. From the results of data processing and analysis, it can be concluded based on interviews and surveys of customers obtained compared to the create attribute is : (1) Completeness of impressions with a degree importance of 7,8 ;(2) The price with a degree importance of 7,6 ; (3) Broadcast as needed of 7,5 ;(4) Service of 7,4 ; and (5) Quality of 7,3. It was concluded that customers attach great importance to the completeness of impressions and affordable prices.

Keywords : *Quality Function Deployment* (QFD), Services, customer needs and desires.

1. PENDAHULUAN

Jasa adalah pemberian suatu kinerja atau tindakan kasat mata suatu pihak ke pihak lain (Freddy Rangkuti, 2003). Jasa memiliki empat karakteristik unik yang membedakannya dari barang dan berdampak pada strategi mengelola dan memasarkannya antara lain *intangibility*, *variability* / *Heterogeneity/Inconsistency*, *Inseparability*, dan *Perishability*. (Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2005).

Secara umum Televisi kabel diartikan sebagai sistem penyiaran acara Televisi lewat isyarat frekuensi radio yang ditransmisikan melalui serat optik yang tetap atau kabel coaxial dan bukan lewat udara seperti siaran Televisi pada umumnya yang harus ditangkap antenna (*over the air*). Selain acara Televisi, acara radio FM, internet, dan telepon juga dapat disampaikan lewat kabel. Di Indonesia selain istilah Televisi kabel, juga dikenal istilah Televisi berlangganan yang dilakukan khusus untuk pemirsa yang bersedia membayar secara berkala. Jasa ini biasanya disediakan dengan menggunakan sistem digital ataupun analog melalui media satelit. Saat ini sistem penyiaran digital adalah yang paling lazim digunakan.

Pokok permasalahan dari penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menggunakan QFD dan tujuannya adalah mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Venus Vision Tembilihan. Manfaat yang diharapkan adalah meningkatkan pendapatan dan pengembangan pelayanan terhadap pelanggannya.

Berkaitan dengan hal-hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul: **Analisis Pengembangan Pelayanan Jasa Tv Kabel Dengan Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* (Qfd) (Studi Kasus : Venus Vision Tembilihan)**.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah yang ditetapkan terkait dengan kebutuhan pelanggan terhadap pelayanan jasa dalam upaya pengembangan dan perbedaan kepuasan konsumen jasa tv kabel ditinjau dari segi usia, jenis kelamin, profesi / pekerjaan, juga tingkat pendidikan konsumen agar dapat diketahui kebutuhan apa saja yang sesuai dengan 2 (dua) poin di atas. Selanjutnya hasil penelitian yang dilakukan, diharapkan memberikan manfaat pada pihak-

pihak yang berkepentingan dan masyarakat banyak.

2. LANDASAN TEORI

Menurut Kotler dalam Laksana (2008) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sedangkan Gronroos dalam Tjiptono (2005) menyatakan bahwa pelayanan merupakan proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* yang biasa (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan, jasa dan sumber daya, fisik atau barang, dan sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan. Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dinyatakan bahwa pelayanan adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan orang lain.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, memuaskan kebutuhan pelanggan berarti perusahaan harus memberikan pelayanan berkualitas (*service quality*) kepada pelanggan. Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono dan Chandra (2005) mendefinisikan “Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”.

Perkembangan pemasaran berawal dari tukar-menukar barang secara sederhana tanpa menggunakan alat tukar berupa uang ataupun logam mulia. Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan, maka semakin dibutuhkannya suatu alat tukar yang berlaku umum dan untuk itulah diciptakan uang. Disamping itu, manusia juga memerlukan jasa yang mengurus hal-hal tertentu, sehingga jasa menjadi bagian utama dalam pemasaran.

Jasa/pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Dalam strategi pemasaran, definisi jasa harus diamati dengan baik, karena pengertiannya sangat berbeda dengan produk berupa barang. Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat bergantung pada penilaian

pelanggan terhadap kinerja yang ditawarkan oleh pihak produsen (J. Supranto, 1997: 227).

2.2 Quality Function Deployment

Quality Function Deployment (QFD) pertama kali dikembangkan di Negara Jepang pada tahun 1996 oleh Dr. Yoji Akao. Definisi dari QFD sendiri menurut Dr. Yoji Akao adalah suatu metode untuk mentransformasikan permintaan dari user menjadi sebuah design quality untuk menyebarkan *function forming quality* dan menyebarkan metode-metode untuk mencapai design quality ke dalam sistem, bagian komponen, dan elemen-elemen spesifik dalam proses manufaktur.

Quality Function Deployment (QFD) adalah metode perencanaan dan pengembangan produk/jasa secara terstruktur yang memungkinkan tim pengembang mendefinisikan secara jelas kebutuhan dan harapan tersebut dan mengevaluasi kemampuan produk atau jasa secara sistematis untuk memenuhi kebutuhan dan harapan tersebut. (Wahyu, 2003: 184). *Quality Function Deployment* adalah suatu proses atau mekanisme terstruktur untuk menentukan kebutuhan pelanggan dan menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan itu ke dalam kebutuhan teknis yang relevan, dimana masing-masing area fungsional dan level organisasi dapat mengerti dan bertindak (Nasution, 2001: 52). Alat utama dari QFD adalah matrik, dimana hasil-hasilnya dicapai melalui penggunaan tim antar departemen atau fungsional dengan mengumpulkan, menginterpretasikan, mendokumentasikan dan memprioritaskan kebutuhan-kebutuhan pelanggan. Titik awal (*starting point*) QFD adalah pelanggan serta keinginan dan kebutuhan dari pelanggan. Dalam QFD hal ini disebut “suara dari pelanggan” (*voice of the customer*). Pekerjaan dari tim QFD adalah mendengar suara dari pelanggan. Proses QFD dimulai dengan suara pelanggan dan kemudian berlanjut melalui 4 aktivitas utama yaitu (Gaspersz, 2001:42)

1. Perencanaan Produk (*Product Planning*)
Menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan pelanggan kedalam kebutuhan-kebutuhan teknik (*technical requirements*).
2. Desain Produk (*Product Design*)

Menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan teknik kedalam karakteristik komponen.

3. Perencanaan Proses (*Process Planning*)
Mengidentifikasi langkah-langkah proses dan parameter-parameter serta menerjemahkan kedalam karakteristik proses.
4. Perencanaan Pengendalian Proses (*Process Planning Control*)
Menetapkan atau menentukan metode-metode pengendalian untuk mengendalikan karakteristik proses.

2.3 Manfaat QFD

Ada tiga manfaat utama yang diperoleh perusahaan bila menggunakan metode *QFD* yaitu:

- a. Mengurangi biaya
Hal ini dapat terjadi karena perbaikan yang dilakukan benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan, sehingga tidak ada pengulangan pekerjaan yang tidak sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan pelanggan.
- b. Meningkatkan pendapatan
Dengan pengurangan biaya, untuk hasil yang kita terima akan lebih meningkat. Dengan *QFD* produk atau jasa yang dihasilkan akan lebih dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.
- c. Pengurangan waktu produksi
QFD adalah kunci penting dalam pengurangan biaya produksi. *QFD* akan membuat tim pengembangan produk atau jasa untuk membuat keputusan awal dalam proses pengembangan (Wahyu, 1999 : 89).

Salah satu dampak positif penggunaan system *Quality Function Deployment* adalah promosi tim lintas fungsional, memperbaiki komunikasi internal dan dapat menterjemahkan keinginan konsumen kedalam bahasa yang disesuaikan dengan bahasa perusahaan. Dan karena alasan tersebut mengapa perusahaan yang bergerak pada bisnis kecil sangat baik jika menerapkan system ini, selain itu manfaat lainnya mampu menganalisa perbedaan kualitas system yang tradisional dan modern. Bisnis yang sistemnya tradisional fokusnya lebih kepada standard pekerjaan, sedangkan bisnis yang sistemnya modern lebih luas

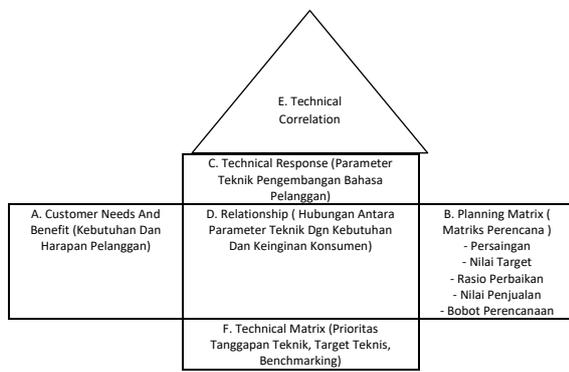
cakupannya yaitu tidak hanya tentang kualitas hasil produk, tapi meniadakan pelayanan yang buruk, memaksimalkan kualitas pada kepuasan pelanggan dan kenyamanan.

2.3 Matriks House of Quality

Metode QFD adalah prosedur yang sistematis untuk melukiskan keinginan pelanggan dan menginterpretasikannya dalam hal kekhususan produk dan karakteristik proses. Dalam QFD, suatu matriks yang saling berhubungan dikembangkan untuk menetapkan hubungan antara keinginan pelanggan dan parameter teknik dari produk atau jasa. Harus dicatat bahwa QFD dapat diterapkan untuk menganalisis pelayanan jasa seperti halnya perencanaan dan pabrikasi suatu produk. Dan banyaknya matriks digunakan untuk menganalisa bisa sedikit atau banyak tergantung kebutuhan. Proses dalam QFD dilaksanakan dengan menyusun satu atau lebih matriks yang disebut *The House Of Quality*.

Tahapan QFD meliputi:

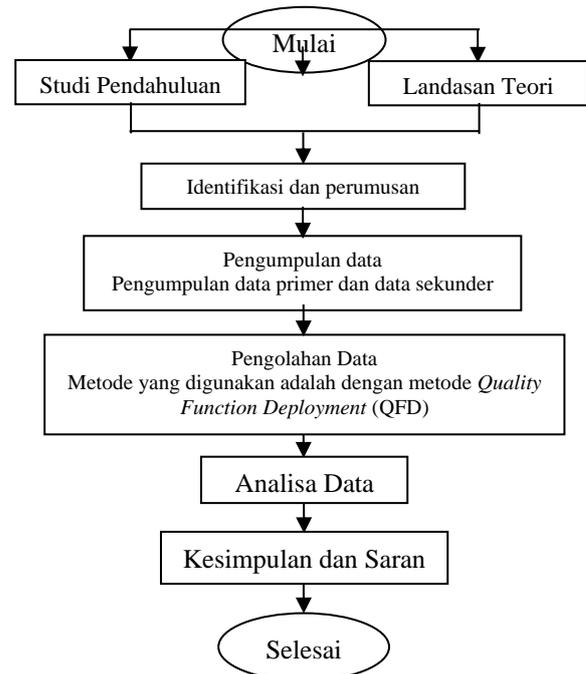
- Fase I adalah mengumpulkan suara pelanggan (*voice of customer*), yaitu penentuan kebutuhan atribut yang diperoleh melalui kuesioner.
- Fase II adalah menyusun rumah kualitas (*house of quality*), yang terdiri atas penentuan derajat kepentingan, evaluasi kinerja atribut terhadap pesaing, nilai target, rasio perbaikan, *sales point*, bobot, normalisasi bobot, parameter teknik, hubungan antara parameter teknik dengan kebutuhan konsumen, hubungan antar parameter teknik, nilai matriks interaksi dengan parameter teknik, prioritas dari setiap parameter teknik.
- Fase III adalah analisa dari tahap-tahap di atas.



Gambar 1. House Of Quality

3. METODE PENELITIAN

3.1 Flowchart Penelitian



3.2 Pengumpulan Dan Pengolahan Data

Pengumpulan data kualitatif dilakukan melalui penyebaran kuisisioner kepada sejumlah *customer* untuk memperoleh data awal berupa atribut-atribut yang berhubungan dengan kualitas yang sekiranya diharapkan atau yang diinginkan *customer*. Diskusi/wawancara bertujuan untuk mengidentifikasi keinginan konsumen sebagai masukan dalam pengembangan pelayanan. Berdasarkan kuisisioner kemudian dilakukan penerjemahan tingkat kepuasan pelanggan kedalam kebutuhan teknis sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki – Laki	15	50 %
2	Perempuan	15	50 %
	Total	30	100 %

Sumber = Data Primer (*Quesioner*)

Berdasarkan table diatas diketahui bahwa dari 30 responden mayoritas terdiri dari Laki – Laki sebesar 50% dan responden wanita sebesar 50%

Tabel 2. Karakteristik Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	< 20 tahun	12	40%
2	20 – 29 tahun	10	33.33%
3	30 – 49 tahun	5	16.67%

4	>50 tahun	3	10%
	Total	30	100%

Tabel diatas menjelaskan responden yang paling banyak adalah berusia < 20 tahun sebesar 40% kemudian diikuti oleh responden yang berusia 20 – 29 tahun sebesar 33.33%, 30 – 49 tahun sebesar 16.67%, sedangkan untuk responden dengan usia > 50 tahun sebesar 10%.

Tabel 3. Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
1	Tidak Sekolah	0	0%
2	Sekolah Dasar	2	6.67%
3	Sekolah Menengah Pertama (SMP)	10	33.33%
4	Sekolah Menengah Atas (SMA)	11	36.66%
5	Perguruan Tinggi / Sederajat	7	23.34%
	Total	30	100%

Sumber = Data Primer (*Quesioner*)

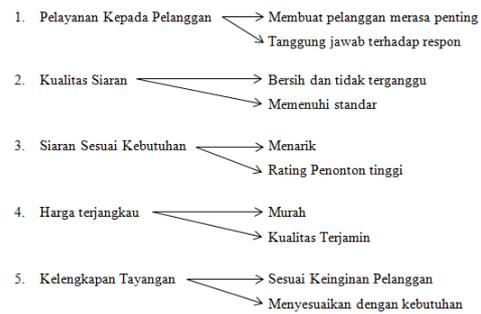
Tabel diatas menjelaskan tingkat pendidikan responden tidak sekolah sebesar 0 % , sekolah dasar sebesar 6.67 % , sekolah menengah pertama sebesar 33.33 % , sekolah menengah atas sebesar 36.66% dan perguruan tinggi sebesar 23.34 %

Pengumpulan data dilakukan tiga tahap sebagai berikut :

1. Tahap Pertama

Pengumpulan data tahap pertama dilakukan melalui wawancara atau diskusi kepada sejumlah customer. Diskusi/wawancara bertujuan untuk mengidentifikasi keinginan konsumen sebagai masukan dalam pengembangan pelayanan. Berdasarkan keinginan konsumen terhadap pelayanan kemudian dilakukan penerjemahan kebutuhan konsumen kedalam kebutuhan teknis sebagai berikut:

Interprestasi customer needs ke technical response sebagai berikut:



Gambar 2. *Intepretasi customer needs ke technical response*

2. Tahap Kedua

Pengumpulan data pada tahap kedua dilakukan penyebaran kuesioner kepada 30 responden yaitu pelanggan TV Kabel, tahap ini bertujuan untuk mengidentifikasi derajat kepentingan dari atribut yang sudah ditentukan berdasarkan *Voice Of Costumer* yang dilakukan dengan wawancara / diskusi sebelumnya. Hasil dari kuesioner yang telah disebarkan didapat derajat kepentingan (*Important Rating*) dari atribut yang telah ditentukan sebagai berikut:

Tabel 4. Derajat Kepentingan

No.	Derajat Kepentingan	Skor					Jumlah Responden	Jumlah Skor	Rata - Rata Skor
		1	3	5	7	9			
1	Pelayanan			4	16	10	30	222	7.4
2	Kualitas			8	9	13	30	220	7.3
3	Siaran Sesuai Kebutuhan			4	14	12	30	226	7.5
4	Harga Terjangkau			2	16	12	30	230	7.6
5	Kelengkapan Tayangan			1	15	14	30	236	7.8

Berdasarkan tabel diatas dapat di jelaskan bahwa konsumen pelanggan dalam hal ini menginginkan bahwa derajat kepentingan pelayanan, kualitas, siaran sesuai kebutuhan, harga terjangkau, dan kelengkapan tayangan. Sehingga peneliti mendefinisikan hasil dari keinginan yang diharapkan pelanggan seperti pada tabel dibawah ini.

2. Tahap Ketiga

Tabel 5. Kelebihan dari TV Pesaing

Pelayanan	- Pelayanan yang diberikan sangat ramah dan cepat respon terhadap keluhan pelanggan
Kualitas	- Untuk selalu tampil sempurna dimata pelanggan, membuka

kebutuhan sebesar 12,5; (4) Harga terjangkau sebesar 7,5; dan (5) Kelengkapan tayangan sebesar 8. Titik jual yang diberi bobot lebih tinggi adalah (1) Siaran sesuai kebutuhan; (2) Kualitas; (3) Pelayanan diberikan karena berdasarkan pengamatan peneliti dengan berbagai pertimbangan.

Nilai tingkat kepentingan menunjukkan bahwa semakin tinggi nilainya, maka atribut tersebut semakin dirasakan eksistensinya oleh pelanggan dalam hubungannya dengan pelayanan jasa yang diberikan. Sedangkan tingkat kebutuhan ditunjukkan oleh nilai row weight yang diinterpretasikan sebagai tinggi/rendahnya nilai suatu atribut. Analisa yang dilakukan pada respon teknis ini adalah diperoleh penilaian terhadap atribut rancangan adalah : (1) Kelengkapan tayangan dengan derajat kepentingan sebesar 7,8 ; (2) Harga terjangkau dengan derajat kepentingan sebesar 7,6 ; (3) Siaran sesuai kebutuhan dengan derajat kepentingan sebesar 7,5 ; (4) Pelayanan dengan derajat kepentingan sebesar 7,4 ; dan (5) Kualitas dengan derajat kepentingan sebesar 7,3. Dengan demikian, disimpulkan bahwa pelanggan mementingkan kelengkapan dari tayangan dan harga yang terjangkau.

Dengan berusaha menciptakan pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dimana harga yang ditawarkan *relative* terjangkau ditunjang dengan perusahaan pesaing. Sehingga kontribusi pelanggan terhadap kemajuan perusahaan besar.

Pelanggan mendukung pengembangan pelayanan jasa tv kabel, yang disertai dengan perbaikan pelayanan sesuai apa yang diinginkan , menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, tanggung jawab terhadap respon, rating penonton yang tinggi, membuat pelanggan merasa penting, dan kualitas terjamin.

DAFTAR PUSTAKA

Djunaidi, M. 2012. Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Lembaga Bimbingan Belajar Dengan *Quality Function Deployment*

Hadrin, D. 2014. Tinjauan Yuridis Pengaturan Televisi Kabel Di Kota Makassar.

Ihwan, K Dan Minarni. 2012. Bantal Keamanan Berkendaraan Bagi Wanita Hamil (Studi Kasus Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau)Seminar Nasional Ergonomi 2012.

merupakan analisis kontribusi prioritas terhadap setiap respon teknis. Kontribusi prioritas akan menunjukkan seberapa besar suatu respon teknis mempunyai pengaruh terhadap kualitas produk. Semakin besar nilai kontribusinya, maka semakin perlu diprioritaskan untuk segera bisa direalisasikan.

5. Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data dan analisa, maka dapat disimpulkan hasil analisis pengembangan pelayanan jasa tv kabel menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) adalah berdasarkan wawancara dan survey terhadap pelanggan

Jaelani, E. 2012. Perencanaan Dan Pengembangan Produk Dengan *Quality Function Deployment* (Qfd). Vol. IV Nomor.1 Mei 2012.

Midayanti, S. 2014. Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Dengan Metode Servqual Dan *Quality Function Deployment* (Qfd) (Studi Kasus Pada Stasiun Gubeng Surabaya).

Noor, AM Dan Arifin,I.2000. Otomatisasi Pembuatan House Of Quality Pada *Quality Function Deployment*. (Jurnal). Universitas Gunadarma, Depok.

Putri , RA. Analisis Perencanaan Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Konsumen Dengan Metode *Quality Function Deployment* (Qfd). Jurnal *Industria* Vol 4 No 1 Hal 41 – 52. Universitas Brawijaya, Malang.

Rahman, A Dan Supomo, H. 2012. Analisa Kepuasan Pelanggan Pada Pekerjaan Reparasi Kapal Dengan Metode *Quality Function Deployment* (QFD). *JURNAL TEKNIK ITS* Vol. 1, No. 1(Sept. 2012) ISSN: 2301-9271.

Sakti Aji, B. 2013. Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Dengan Metode *Quality Function Deployment* (Studi Pada Pt. Kai (Persero) Daop 4 Semarang Kelas Bisnis Utama). (Skripsi). Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.

Theodore, B. 2007. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Jasa Internet Kabel Pada PT. Jogja Medianet. (Skripsi). Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.