



**PENERAPAN *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* GUNA
MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN PENGINAPAN
RESORT PAPUMA JEMBER**

**IMPLEMENTATION OF *QUALITY FUNCTION
DEPLOYMENT* TO IMPROVE THE QUALITY OF THE
SERVICE AT RESORT PAPUMA JEMBER**

SKRIPSI

Oleh:

DEDY ARDHITA WIJAYA

110810201192

**JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2018**

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dedy ArdhitaWijaya

NIM : 110810201192

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Operasional

Judul : PENERAPAN *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* GUNA
MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN PENGINAPAN
RESORT PAPUMA JEMBER

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 29 November 2017

Yang menyatakan,

Dedy ArdhitaWijaya
NIM: 110810201192

PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : PENERAPAN *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT*
GUNA MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN
PENGINAPAN RESORT PAPUMA JEMBER

Nama Mahasiswa : Dedy Ardhita Wijaya

NIM : 110810201192

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Operasional

Disetujui Tanggal :

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing II

Drs. Hadi Wahyono M.M
NIP. 195401091982031003

Drs. Didik Pudjo M., M.S.
NIP. 19610209 198603 1 00

1

Mengetahui,

Ketua Program Studi
S1 Manajemen

Dr. Ika Barokah S, S.E, M.M
NIP.19780525200312 2 00 2

JUDUL SKRIPSI**PENERAPAN *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* GUNA
MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN PENGINAPAN RESORT
PAPUMA JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Dedy ArdhitaWijaya

NIM : 110810201192

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : **Drs. Eka Bambang Gusminto MM** : (.....)
NIP. 19670219 199203 1 00 1

Sekretaris : **Hadi Paramu MBA, Ph.D.** : (.....)
NIP. 19690120 199303 1 00 2

Anggota : **Dr. DiahYulisetiarniM.Si** : (.....)
NIP. 19610729 198603 2 00 1



Mengetahui/Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jember

Dr. M. Miqdad, MM., Ak
NIP. 19710727 199512 1 00 1

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Allah S.W.T yang telah memberikan kehidupan kepada saya.
2. Orang tuaku Ibu Rini Dwi Hartini yang telah memberikan semangat, doa, motivasi dan kasih sayang yang berlimpah.
3. Kakakku Dany Ari Arfian yang selalumembimbing, memberikan ilmu non akademik, dan selalu mengingatkan untuk tetap semangat dalam segala kegiatan.
4. Pembimbing yang saya hormati Drs. Hadi Wahyono, MM. dan Drs. Didik Pudjo Musmedi M., MS. yang bersedia meluangkan waktu untuk membaca dan mengoreksi kesalahan-kesalahan penulisan saya.
5. Kepada seluruh teman-teman terimakasih selalu menemani saya selama dikampus dan membantu dalam menyelesaikan penulisan ini untuk mendapatkan gelar S.E.
6. Teman-teman Manajemen angkatan 2011 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih telah menjadi teman saya selama berkuliah di Universitas Jember, semoga kita tetap berteman sampai tua nanti.
7. Dan almamater tercinta Universitas Jember yang telah berperan penting untuk mendapatkan gelar sarjana.

MOTTO

“Demi waktu matahari sepenggalahan naik, dan demi malam apabila telah sunyi (gelap), Tuhanmu tiada meningglakan kamu dan tiada (pula) benci kepadamu. Dan sesungguhnya Akhir itu lebih baik daripada permulaan. Dan kelak Tuhanmu pasti memberikan karunia-Nya kepadamu, lalu (hati) kamu menjadi puas.”

(QS. Ad-Dhuha: 1-5)

“Yesterday’s just a memory, tomorrow is never what its supposed to be.”

(Bob Dylan)

“They’re laugh at me because i’m different, i’m laugh at them because they’re all the same.”

(Kurt Cobain)

“Making mistakes is a lot better than not doing anything.”

(Billie Joe Armstrong)

“It’s not how big your pencil is, it’s haow you write your name.”

(Dave Mustaine)

“Dalam hari selalu ada kemungkinan, dalam hari pasti ada kesempatan”

(Iwan Fals)

RINGKASAN

Penerapan *Quality Function Deployment* guna Meningkatkan Kualitas Layanan Penginapan Resort Papuma Jember; Dedy Ardhita Wijaya; 2017; 60 Halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Dunia bisnis yang berkembang sangat pesat membuat persaingan di bidang bisnis tersebut kian kompetitif. Menyikapi persaingan masing-masing perusahaan, baik perusahaan jasa maupun dagang akan berusaha untuk mengembangkan produk atau jasa yang berkualitas demi menarik para konsumennya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Quality Function Development* dalam upaya meningkatkan mutu layanan penginapan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian deskriptif. Penelitian ini dilakukan di Resort Papuma Jember. Data dikumpulkan dengan kuesioner dan wawancara. Populasi dalam penelitian ini adalah 50 responden yang diambil dengan teknik purposive sampling. Analisis data yang digunakan adalah *Quality Function Deployment (QFD)*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan pendapat konsumen atribut jasa yang perlu diperhatikan untuk memenuhi kebutuhan konsumen antara lain: Kamar yang bersih, Sarana parkir yang aman, Penjelasan penggunaan fasilitas yang benar kepada konsumen, Daya tanggap karyawan terhadap keluhan konsumen, Kemudahan dalam mendapatkan informasi, Karyawan yang dapat dipercaya, Menghormati dalam memperlakukan konsumen, Menjaga privasi konsumen selama menjalani penginapan, dan Keamanan lingkungan resort. Sementara berdasarkan kebutuhan teknis beberapa persyaratan yang perlu dilakukan untuk kualitas layanan Resort Papuma antara lain: Perbaikan fasilitas Toilet, Memudahkan proses administrasi, Pelayanan siaga selama 24 jam, Meningkatkan kepedulian kepada konsumen, Meningkatkan keamanan. Dari persyaratan kebutuhan teknis tersebut prioritas yang perlu diutamakan untuk menjawab kebutuhan dan keinginan konsumen adalah tenaga karyawan untuk memperbaiki fasilitas toilet, meningkatkan kepedulian, menjaga keamanan, mempermudah administrasi, dan melayani 24 jam untuk menunjang tingkat kinerja perusahaan yang akan mengembangkan perusahaan untuk menjadi lebih baik lagi.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek yang dibutuhkan dan diharapkan konsumen adalah toilet yang bersih, proses administrasi mudah dan keamanan lingkungan resort.

SUMMARY

Implementation of *Quality Function Deployment* to Improve Quality of Resort Services Resort Papuma Jember; Dedy Ardhita Wijaya; 2017; 60 Pages; Department of Management Faculty of Economics and Business Universitas Jember.

Business world is growing very rapidly making the competition in the field of business is increasingly competitive. Responding to the competition of each company, both service companies and trade will strive to develop quality products or services to attract its customers. This study aims to analyze Quality Function Developmet in an effort to improve the quality of lodging services that better suit the needs of customers.

This research is categorized as descriptive research. This research was conducted at Papuma Resort Jember. Data were collected by questionnaires and interviews. The population in this research is 30 respondents taken with porpusive sampling technique. The data analysis used is Quality Function Deployment (QFD).

The results of this study indicate that based on consumer opinions attributes services that need to be considered to meet consumer needs include: Clean room, Secure parking facilities, Explanation of the correct use of facilities to consumers, Employee responsiveness to consumer complaints, Ease in obtaining information, Reliable Employees, Respect in Consumer Treatment, Maintain Consumer Privacy during Innings, and Security of the Resort Environment. While based on technical requirements some requirements that need to be done for the quality of Resort Papuma services include: Toilet facilities Improvement, Facilitate administrative process, Standby waiter for 24 hours, Increase awareness to consumers, Improve security. From the requirements of the technical requirement, the priority that needs to be prioritized to answer the needs and desires of the consumers are the employees to improve toilet facilities, increase awareness, maintain security, ease administration, and to serve 24 hours to support the level of company performance that will develop the company to be better again.

Based on the results of the study can be concluded that the aspects required and expected consumer is a clean toilets, easy administration process and security of the resort environment.

PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran ALLAH SWT, karena atas segala rahmat, hidayah dan karuniaNya yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penerapan *Quality Function Deployment* guna Meningkatkan Mutu Layanan Penginapan Resort Papuma Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember,

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan ini masih banyak kekurangan yang disebabkan karena ketebatasan daripada kemampuan penulis, tetapi berkat pertolongan ALLAH SWT serta dorongan semangat dari semua pihak, akhirnya penulisan skripsi ini mampu terselesaikan. Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Muhammad Miqdad, S.E, M.M,Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
2. Dr. Handriyono, M.Si selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
3. Dr. Ika Barokah Suryaningsih, SE.M.M selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonom dan Bisnis Universitas Jember.
4. Drs. Hadi Wahyono, M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan, saran serta telah meluangkan waktu sehingga Skripsi ini mampu terselesaikan.
5. Drs. Didik Pudjo Musmedi M., MS. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan, saran serta telah meluangkan waktu sehingga Skripsi ini mampu terselesaikan.
6. Seluruh bapak / ibu Dosen dan Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

7. Orang tuaku Ibu Rini Dwi Hartiniyang telah memberikan cinta kasih yang berlimpah untukku, motivasi, semangat dan doa yang tiada henti selama ini.
8. Paman dan Bibiku, H. Rachmad Amin dan Hj. Tenti Erwantini yang telah menjadi orang tua kedua saya yang dengan sabar membimbing dan mendidik saya menjadi lebih mandiri
9. Teman-teman Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember angkatan 2011 dan semuanya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih telah menjadi teman saya selama berkuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
10. Pimpinan dan seluruh karyawan Super Madu terimakasih telah memberikan informasi yang berguna untuk penelitian ini.

Semoga ALLAH SWT selalu memberikan rahmat kepada pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan kurang sempurnanya penulisan Skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan ilmu bagi yang membacanya.

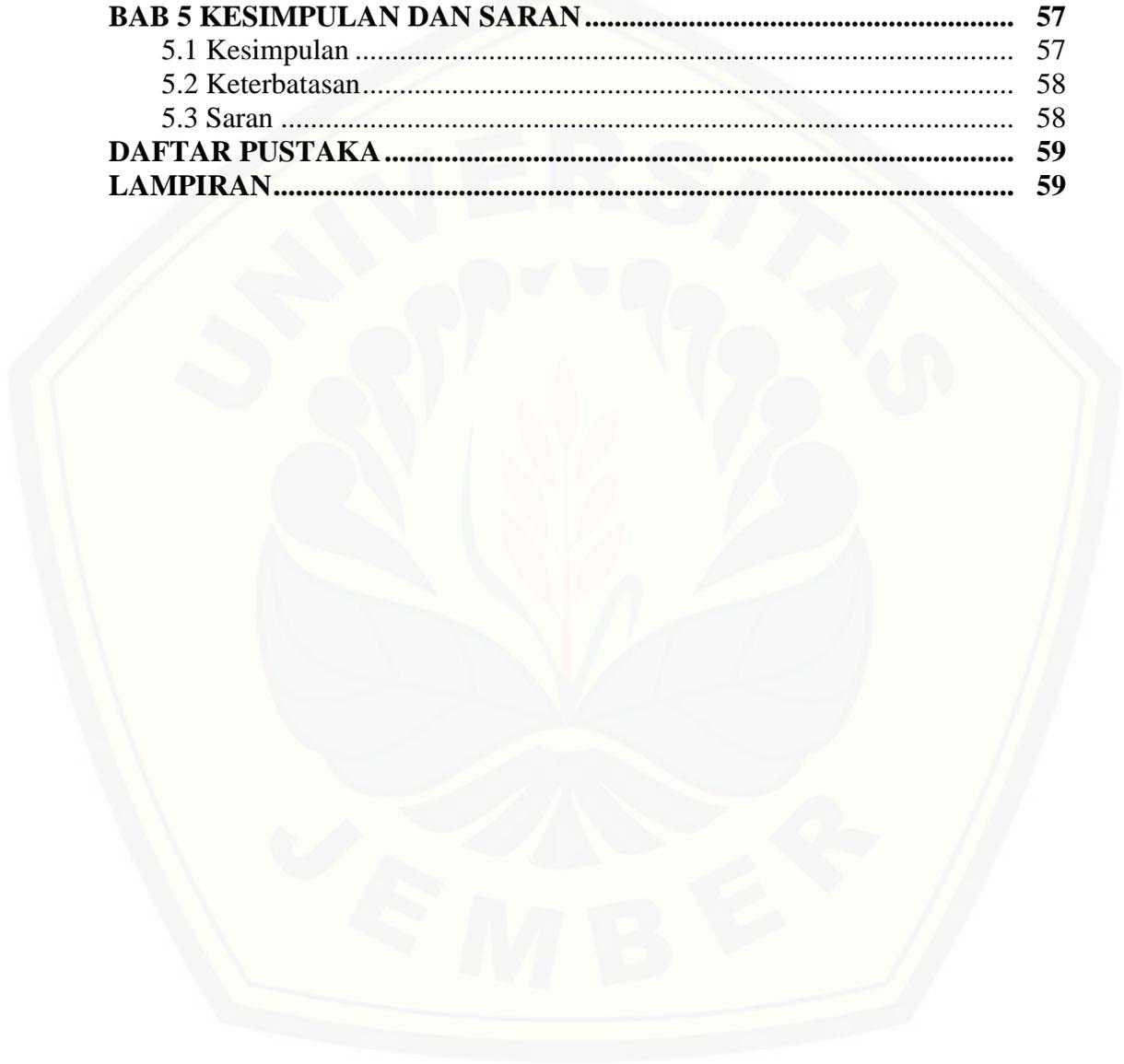
Jember, 12 Desember 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMIPRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	7
2.1.2 Pengertian	7
2.1.3 Analisis QFD dan Pembuatan <i>House of Quality (HoQ)</i>	12
2.1.4 Pelayanan.....	18
2.1.5 Kualitas Pelayanan	18
2.1.6 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	20
2.1.7 Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Konseptual	27
BAB 3 METODELOGI PENELITIAN	28
3.1 Rancangan Penelitian	28
3.2 Objek Penelitian	28
3.3 Populasi dan Sampel	28
3.4 Metode Pengumpulan Data	29
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	31
3.6 Metode Analisis Data.....	33
3.6.1 Analisis QFD	31
3.7 Kerangka Pemecahan Masalah	37
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	39
4.1.1 Sejarah Singkat Resort Papuma Jember.....	39
4.1.2 Visi, Misi dan Motto Resort Papuma Jember	40

4.2 Aspek-aspek Pelayanan Apa Saja Dari Resort Papuma yang Dibutuhkan dan Diharapkan Konsumen Berdasarkan Tingkat Kepentingannya	41
4.2.1 Respon Teknis yang Telah Dilakukan Resort PAPuma Jember .	43
4.2.2 Penerapan dan Mengidentifikasi <i>Quality Function Development</i> Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Penginapan Resort Papuma yang Lebih Sesuai Dengan Kebutuhan Konsumen.....	45
4.3 Pembahasan dan Hasil Interpretasi	54
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Keterbatasan.....	58
5.3 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	59



DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Simbol Hubungan Kebutuhan Pasien dengan Kebutuhan Teknis.....	20
1.2 Simbol Hubungan Kebutuhan antara Kebutuhan Teknis.....	21
3.1 Nilai jawaban Konsumen terhadap Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja ...	28
3.2 Variabel Operasional.....	30
4.1 Kebutuhan Konsumen.....	41
4.2 Bobot Kepentingan Respon Teknis.....	42
4.3 Tingkat kepentingan responden terhadap mutu pelayanan Pada Resort Papuma Jember	44
4.4 Tingkat Kepuasan konsumen terhadap mutu pelayanan Pada Resort Papuma Jember	45
4.5 Target indikator Mutu Layanan Berdasarkan Perspektif Resort Papuma Jember	47
4.6 Rasio Perbaikan Indikator Mutu Pelayanan Pada Resort Papuma Jember	48
4.7 Hasil W/I dan W/I relative setiap respon teknis.....	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.3 Kerangka Konseptual	25
3.7 Kerangka Pemecahan Masalah	35
4.1 Struktur Organisasi Resort Papuma Jember.....	39
4.5 <i>House Of Quality</i>	60



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Karakteristik Responden	60
Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Layanan Resort Papuma Jember	61
Kinerja Resort Papuma Jember	62
<i>Frequency Table</i>	63
Bobot Kepentingan Respon Teknis	64
Kuisisioner Responden	65
Kuisisioner Karyawan	66

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perkembangan bisnis dalam bidang jasa semakin meningkat, kontribusi sektor ini terhadap pertumbuhan ekonomi tidak kalah dengan sektor lain. Oleh karena itu tingkat kualitas sistem pelayanan industri jasa harus selalu ditingkatkan. Cara yang paling utama adalah dengan berusaha untuk mengetahui dengan memahami ekspektasi dan persepsi konsumen terhadap sistem pelayanan yang diberikan. Dengan demikian, pihak penyedia jasa dapat memperbaiki sistem pelayanannya.

Salah satu bisnis dalam bidang jasa yang perkembangannya cukup besar adalah hotel atau penginapan. Kontribusi hotel atau penginapan untuk perekonomian Indonesia dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Peranan PDB menurut lapangan usaha Tahun 2003-2007 (persen)

No	Lapangan Usaha	Tahun				
		2003	2004	2005	2006	2007
1	Pertanian, peternakan, kehutanan,	15,2	14,3	13,1	12,9	13,8
2	Pertambangan dan penggalian	8,3	8,9	11,1	10,6	11,1
3	Industri Pengolahan	28,3	28,1	27,7	28,0	27,0
4	Listrik, gas, dan air bersih	1,0	1,0	1,0	0,9	0,9
5	Konstruksi	6,2	6,6	7,0	7,5	7,7
6	Perdagangan, hotel, dan restoran	16,6	16,1	15,4	14,9	14,9
7	Pengangkutan dan komunikasi	5,9	6,2	6,5	6,9	6,7
8	Keuangan, Real estat, dan jasa	8,6	8,5	8,3	8,2	7,7
9	Jasa-jasa	9,9	10,3	9,9	10,1	10,1
PRODUK DOMESTIK BRUTO		100	100	100	100	100
PDB non migas		91,4	90,7	88,6	89,2	89,5

Sumber : Badan Pusat Statistik (2008)

Berdasarkan Tabel 1, ditinjau dari segi ekonomi, bidang usaha hotel atau penginapan banyak memberi manfaat bagi investor, masyarakat umum maupun perekonomian Indonesia. Manfaat tersebut antara lain dapat memberikan keuntungan bagi investor dan juga mampu memberi lapangan pekerjaan bagi masyarakat umum, sehingga dapat mengurangi pengangguran. Dapat kita lihat pada

Tabel 1 bahwa persentase bidang hotel atau penginapan selalu di atas 10%, itu menunjukkan bahwa bidang ini dapat menjanjikan bagi pelaku usaha.

Salah satu perkembangan yang pesat pada bidang penginapan adalah perkembangan bisnis resort. Resort sendiri adalah hotel yang terletak dikawasan wisata, dimana sebagian pengunjung menginap yang pada umumnya terletak cukup jauh dari pusat kota, sekaligus difungsikan sebagai tempat peristirahatan. Dengan demikian dibutuhkan sarana dan prasarana yang memadai untuk para pengunjung terutama para wisatawan yang ingin menikmati area wisata dalam waktu yang lama.

Resort Papuma merupakan salah satu penginapan di Kabupaten Jember. Resort Papuma memiliki tempat yang cukup luas, bersih dan tertata rapi. Namun dalam memberikan pelayanan jasa penginapan kepada para konsumen, pihak hotel sendiri harus mengetahui apa saja keinginan dan kebutuhan para konsumen serta mengetahui kepentingan dan kepuasan dari para konsumen. Mengingat selera atau harapan konsumen selalu berubah sehingga kualitas layanan juga harus terus berubah dan disesuaikan (misalnya apa yang dianggap berkualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa yang akan datang). Hal itu merupakan kewajiban guna meningkatkan kinerja para staf yang bersangkutan dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada para konsumen. Seiring meningkatnya kunjungan wisatawan, fasilitas yang tersedia kurang mencukupi dan memadai. Hal itu didukung dengan adanya fasilitas yang tidak berfungsi secara maksimal yang sesuai dengan kegunaannya. Contoh nyata yang dapat dirasakan oleh pengunjung misalnya, masih ditemukan fasilitas yang tidak terawat, seperti *shower* di dalam kamar mandi yang tidak berfungsi sebagaimana mestinya. Hal itu tentunya sangat mengganggu kenyamanan pengunjung yang menginap di hotel resort tersebut.

Kurangnya tanggapan terhadap keluhan pengunjung juga dapat memberikan citra buruk resort dimata pengunjungnya, karena hal ini berkaitan dengan kualitas pelayanan. Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan perusahaan. Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan disini adalah segala macam bentuk yang diberikan oleh pihak hotel selama tamu atau

konsumen tersebut berada dihotel, meliputi pelayanan yang diberikan oleh receptionist, bell boy, room service, security, cleaning servise dan lain-lain

Disamping kualitas pelayanan yang baik, fasilitas juga turut berperan penting dalam menjaring konsumen. Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktifitas. Fasilitas merupakan sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktifitas. Konsumen pada zaman sekarang adalah konsumen yang sangat kritis dalam membelanjakan uang mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat yang hampir sama , semakin lengkap fasilitas yang disediakan resort, maka akan semakin puas pelanggan dan akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas.

Kebutuhan meningkatkan kualitas layanan penginapan di resort dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya sumber daya yang terbatas,dan berkembangnya kesadaran akan pentingnya kualitas pelayanan. Pengertian tentang kualitas sendiri dapat berbeda-beda pada setia orang tergantung dari sudut pandang siapa yang mengartikannya. Petugas resort mungkin memandang kualitas adalah tindakan yang paling tepat dan sesuai dengan standar yang dapat diberikan kepada konsumen. Sedangkan pihak manajemen memandang mutu mungkin dari sisi tindakan yang paling efisien, terutama dari segi biaya. Sementara konsumen mungkin menilai kualitas sendiri dari sisi pelayanan yang ramah, murah dan cepat. Sehingga pengertian kualitas sendiri sangat sulit diartikan, tetapi bisa dirasakan. Menurut Lewis dan Booms dalam skripsi Dana Ramadhan (2016 : 2) dikatakan bahwa kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa baik suatu pelayanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan. Penyelenggaraan kualitas pelayanan berarti melakukan kompromi dengan harapan pelanggan dengan tata cara yang konsisten.

Konsumen resort dalam hal ini bukan hanya mengharapkan pelayanan penginapan, akan tetapi juga mengharapkan kenyamanan, akomodasi yang baik dan hubungan harmonis antara karyawan resort dan konsumen.Salah satu alat untuk merancang kebutuhan pelanggan adalah *Quality Function Deployment*. Konsep

Quality Function Deployment adalah suatu metodologi untuk mensejahterakan keinginan konsumen ke dalam rancangan produk sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. Metodologi ini memungkinkan perusahaan untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan pelanggan, inovasi terhadap kebutuhan tersebut dan memperbaiki proses hingga tercapai efektivitas. *Quality Function Deployment* memiliki alat utama matriks yang disebut *House Of Quality*. Matriks ini difokuskan pada kebutuhan dan keinginan konsumen (*voice of customers*) ke dalam proses untuk menghasilkan produk atau jasa sesuai dengan yang diinginkan konsumen.

Menurut Garibay *et al.* (2010) penggunaan QFD juga berfungsi untuk menjembatani keinginan konsumen dengan kemampuan perusahaan. Karena dalam kenyataannya, tidak semua keinginan konsumen dapat diwujudkan akibat adanya keterbatasan perusahaan baik dari segi teknologi maupun sumber daya dan biaya yang dibutuhkan. Dengan penggunaan QFD, keinginan-keinginan konsumen akan diterjemahkan kedalam bahasa teknis perusahaan.

Perusahaan dapat melakukan sinkronisasi antara apa yang diinginkan oleh konsumen dengan apa yang mampu mereka berikan. Sinkronisasi ini nantinya diharapkan mampu menjawab kebutuhan konsumen dan sekaligus dapat disesuaikan dengan kemampuan perusahaan. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan tersebut, peneliti akan mengidentifikasi apa saja atribut-atribut yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen dengan membuat dan menyebarkan kuesioner pada konsumen. Setelah itu diolah dengan menggunakan metode QFD (*Quality Function Deployment*) yaitu membuat rumah kualitas atau HOQ (*House of Quality*). Dari HOQ akan diketahui bagaimana hubungan antara pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan dan kepentingan para konsumen serta upaya apa saja yang harus dilakukan dan diprioritaskan. Untuk itu peneliti ini mengambil judul "**Penerapan *Quality Function Deployment* guna Meningkatkan Kualitas Layanan Penginapan Resort Papuma Jember**".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Aspek-aspek pelayanan dari Resort Papuma yang dibutuhkan dan diharapkan oleh pengunjung berdasarkan tingkat kepentingannya?
2. Bagaimana respon teknis Resort Papuma terhadap aspek-aspek layanan yang dibutuhkan dan diharapkan?
3. Bagaimana penerapan *Quality Function Deployment* dalam upaya meningkatkan kualitas penginapan Resort Papuma yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengunjung?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Mengidentifikasi aspek-aspek pelayanan dari Resort Papuma yang dibutuhkan dan diharapkan pengunjung berdasarkan tingkat kepentingannya
2. Mengidentifikasi respon teknis Resort Papuma terhadap aspek-aspek layanan yang dibutuhkan dan diharapkan.
3. Untuk menerapkan *Quality Function Deployment* dalam upaya meningkatkan kualitas penginapan Resort Papuma yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengunjung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dilakukan penelitian ini adalah:

a) Bagi penelitian

Sebagai bahan untuk teori dan praktek tentang kualitas pelayanan menggunakan *Quality Function Deployment* dapat menambah wawasan yang sangat penting bagi penelitian di masa yang akan datang.

b) Bagi Perusahaan

Sebagai pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan langkah-langkah maupun kebijakan, terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan secara optimal.

c) Bagi Akademis

Diharapkan dapat memberikan arahan, tambahan referensi, dan sebagai perbandingan untuk keperluan studi dan penelitian selanjutnya mengenai topik permasalahan yang sama.



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Quality Function Deployment (QFD)*

2.1.2 Pengertian

Quality Function Deployment (QFD) suatu metode perencanaan dan pengembangan secara terstruktur yang memungkinkan tim pengembangan mendefinisikan secara jelas kebutuhan dan harapan pelanggan, dan mengevaluasi kemampuan produk atau jasa secara sistematis untuk memenuhi kebutuhan dan harapan tersebut. QFD diperkenalkan oleh Yoji Akao (1997), Professor of Management Engineering dari Tamagawa University yang dikembangkan dari praktek dan pengalaman industri-industri di Jepang. Menurut Akao, QFD adalah metode untuk mengembangkan kualitas desain yang bertujuan untuk memuaskan konsumen dan kemudian menerjemahkan permintaan konsumen menjadi target desain dan poin utama kualitas jaminan untuk digunakan di seluruh tahap produksi. QFD adalah cara untuk menjamin kualitas desain sedangkan produk yang masih dalam tahap desain merupakan sisi yang sangat penting.

Quality Function Deployment adalah suatu cara untuk meningkatkan kualitas barang atau jasa dengan memahami kebutuhan konsumen, lalu menghubungkannya dengan ketentuan teknis untuk menghasilkan barang atau jasa di tiap tahap pembuatan barang atau jasa yang dihasilkan. Untuk memperjelas pengertian dari QFD, berikut ini dikemukakan beberapa ahli mengenai definisi dari QFD antara lain :

- a. Definisi Quality Function Deployment menurut Render dan Heizer(2005: 214) adalah suatu proses menetapkan keinginan pelanggan (what) dan menerjemahkannya menjadi atribut (how) agar setiap area fungsional dapat memahami dan melaksanakannya.
- b. Menurut Oakland J.S (1995), QFD adalah suatu sistem untuk mendesain sebuah produk atau jasa yang berdasarkan permintaan

- c. pelanggan, dengan melibatkan partisipasi fungsi-fungsi yang terdapat dalam organisasi tertentu.
- d. Subagyo dalam Marimin 2004, Quality Function Deployment adalah suatu cara untuk meningkatkan kualitas barang atau jasa dengan memahami kebutuhan konsumen, lalu menghubungkannya dengan ketentuan teknis untuk menghasilkan barang atau jasa di tiap tahap pembuatan barang atau jasa yang dihasilkan.
- e. Menurut Gaspersz (1997), QFD didefinisikan sebagai suatu proses atau mekanisme terstruktur untuk menentukan kebutuhan pelanggan dan menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan itu ke dalam kebutuhan teknis yang relevan, di mana masing-masing area fungsional dan tingkat organisasi dapat mengerti dan bertindak. Ia mencakup juga pemantauan dan pengendalian yang tepat dari proses manufacturing menuju sasaran
- f. Rampersad(2006), QFD digunakan untuk memperbaiki pemahaman tentang pelanggan dan untuk mengembangkan produk, jasa serta proses dengan cara yang lebih berorientasi kepada pelanggan.

Berdasarkan penjelasan diatas maka QFD adalah suatu proses menetapkan keinginan pelanggan (apa yang “diinginkan” pelanggan) dan menerjemahkannya menjadi atribut (“bagaimana”) agar tiap area fungsional dapat memahami dan melaksanakannya. QFD memungkinkan untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan tersebut dan memperbaiki proses hingga tercapai efektifitas maksimum. Sehingga dapat memperbaiki proses yang memungkinkan untuk melampaui harapan pelanggan.

Ada 3 tujuan utama dalam menerapkan QFD adalah:

- a. Memprioritaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan secara lisan dan tidak lisan.
- b. Menerjemahkan kebutuhan ke dalam karakteristik teknis dan spesifikasi.

- c. Membangun dan memberikan kualitas produk atau layanan dengan memfokuskan setiap kepuasan pelanggan.

Tujuan utama QFD adalah menerjemahkan kriteria subjektif (konsumen) tentang kualitas menjadi sesuatu yang lebih objektif. Langkah pembuatan QFD dapat dikategorikan menjadi 4 tahap, yaitu: (Tjiptono dan Diana (2003:122))

- a. Perencanaan Produk.

Fase ini dimulai dari persyaratan konsumen, untuk setiap persyaratan konsumen harus ditentukan persyaratan desain yang dibutuhkan, dimana jika memuaskan akan membawa hasil dalam pemenuhan persyaratan konsumen.

- b. Perencanaan Desain.

Persyaratan desain dari matriks pertama ke matrik kedua untuk menentukan karakteristik kualitas bagian.

- c. Perencanaan Proses (Process Planning).

Operasi proses kunci ditentukan oleh karakteristik kualitas bagian dari matriks sebelumnya.

- d. Perencanaan Produksi (Production Planning).

Persyaratan produksi ditentukan dari operasi proses kunci. Pada fase ini dihasilkan *prototype* dari peluncuran produk.

Konsep QFD dikembangkan untuk menjamin bahwa produk yang memasuki tahap produksi benar-benar akan dapat memuaskan kebutuhan para pasien atau membentuk pasien dengan jalan membentuk kualitas yang diperlukan dan kesesuaian maksimum pada setiap tahap pengembangan produk. Fokus utama dari QFD adalah melibatkan konsumen pada proses pemebangan produk sedini mungkin.

Ada 3 manfaat utama yang diperoleh perusahaan bila menggunakan metode QFD, yaitu: (Tjiptono dan Diana (2003:122))

- a. Mengurangi Biaya: Hal ini dapat terjadi karena produk yang dihasilkan benar-benar sesuai dengan kebutuhan konsumen dan harapan konsumen sehingga tidak ada pengulangan pekerjaan dan pembuangan bahan baku yang tidak sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan oleh konsumen. Pengurangan biaya dapat dicapai dengan pengurangan biaya pembelian bahan baku, biaya *overhead* atau pengurangan upah dan penyederhanaan proses produksi.
- 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. Mengurangi Waktu Produksi: QFD akan membuat tim pengembangan produk atau jasa untuk memfokuskan pada program pengembangan kebutuhan dan harapan konsumen.

Manfaat lain yang diperoleh dari penerapan *Quality Function Deployment* yaitu: (Tjiptono, 1997 : 57)

- a. Fokus pada pelanggan
Quality Function Deployment memerlukan pengumpulan masukan dan umpan balik dari pelanggan. Informasi tersebut kemudian diterjemahkan ke dalam sekumpulan persyaratan pelanggan yang spesifik.
- b. Efisiensi waktu
Quality Function Deployment dapat mengurangi waktu pengembangan produk karena memfokuskan pada persyaratan pelanggan yang spesifik dan telah diidentifikasi dengan jelas.
- c. Orientasi kerja sama tim
Quality Function Deployment merupakan pendekatan kerja sama tim. Semua keputusan dalam proses didasarkan pada konsensus dan dicapai melalui diskusi mendalam dan *brainstorming*. Oleh karena setiap tindakan yang perlu dilakukan diidentifikasi sebagai bagian dari

proses tersebut, sehingga pada gilirannya hal ini mendorong kerjasama tim yang lebih kokoh.

d. Orientasi pada dokumentasi

Quality Function Deployment menghasilkan dokumen komprehensif mengenai semua data yang berhubungan dengan segala proses yang ada dan perbandingannya dengan persyaratan pelanggan. Dokumen ini berubah secara konstan setiap kali ada informasi baru yang dipelajari dan informasi lama yang dibuang. Informasi yang *up-to-date* mengenai persyaratan pelanggan dan proses internal, sangat berguna bila terjadi *turnover*.

Quality Function Deployment menerjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan organisasi. *Quality Function Deployment* memungkinkan organisasi untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan tersebut, dan memperbaiki proses hingga tercapai efektifitas maksimum. *Quality Function Deployment* juga merupakan praktik menuju perbaikan proses yang dapat memungkinkan organisasi untuk melampaui harapan pelanggan.

Quality Function Deployment menggunakan matrix berbentuk rumah yang sering disebut dengan *House of Quality*, yang digunakan untuk mendiskripsikan keinginan konsumen serta kemampuan teknis perusahaan untuk merancang dan memproduksi barang atau jasa sesuai keinginan konsumen.

Terdapat beberapa alat yang biasa digunakan dalam melaksanakan proses *Quality Function Deployment*. Alat spesifik yang sering digunakan dalam analisis *Quality Function Deployment* terdiri dari 4 macam, yaitu: (Tjiptono dan Diana (2003:122))

a. Diagram Afinitas

Diagram afinitas merupakan suatu metode *brainstorming* yang digunakan untuk mendorong pemikiran kreatif. Alat ini sangat bermanfaat dalam membantu mengatasi segala rintangan yang timbul karena kegagalan masa lalu.

b. *Interrelationship Digraph*

Diagram afinitas mengidentifikasi isu dan ide yang berkaitan dengan sasaran atau masalah yang spesifik. Dalam diagram tersebut proses kreatif tercatat dengan baik. *Interrelationship Digraph* digunakan untuk menjelaskan hubungan sebab akibat antara berbagai ide yang tercatat dalam diagram afinitas.

c. *Tree Diagram*

Diagram Afinitas dan *Interrelationship Digraph* mengidentifikasi isu-isu atau masalah-masalah dan interaksinya. *Tree* diagram menggambarkan tugas-tugas yang perlu dilaksanakan agar dapat memecahkan masalah yang dihadapi.

d. Diagram Matriks

Diagram ini merupakan alat yang bermanfaat dalam mengidentifikasi dan menggambarkan secara grafis hubungan antara tanggung jawab, tugas, fungsi, dan lain-lain. Diagram matriks sering digunakan untuk menyebarluaskan persyaratan kualitas ke dalam ciri khas rekayasa dan kemudian ke dalam persyaratan produksi.

Implementasi QFD terdiri dari tiga tahap, dimana seluruh kegiatan yang dilakukan masing-masing tahapan dapat diterapkan layaknya suatu proyek, dengan terlebih dahulu dilakukan tahap perencanaan dan persiapan. Ketiga tahap selanjutnya adalah sebagai berikut :

- a. Tahap pengumpulan suara pelanggan (*Voice of Customer*)
- b. Tahap penyusunan rumah kualitas (*House of Quality*)
- c. Tahap analisa dan interpretasi

2.1.3 Analisis *Quality Function Deployment* (QFD) dan Pembuatan *House of Quality* (HoQ)

Implementasi QFD memiliki tiga tahap, akan tetapi sebelum memasuki ketiga tahap selalu ada tahap perencanaan dan persiapan. Diantara ketiga tahap itu adalah :

a. Tahap Pengumpulan Suara Konsumen (*Voice of Customer*)

Pada tahap pertama penelitian ini melakukan survey untuk memperoleh suara konsumen yang membutuhkan waktu dan keterampilan untuk mendengarkan. Proses QFD membutuhkan data konsumen yang ditulis sebagai atribut-atribut dari suatu produk atau jasa. Setiap atribut mempunyai data numerik yang saling berkaitan dengan kepentingan relatif atribut bagi konsumen dan tingkat performansi kepuasan konsumen dari jasa yang diberikan berdasarkan atribut yang telah ada.

b. Tahap Penyusunan Rumah Kualitas (*House of Quality*)

Berikut tahapan dalam menyusun rumah kualitas :

1. Derajat Kepentingan Relatif Atribut Keinginan Konsumen

Derajat keinginan konsumen digunakan untuk memposisikan setiap keinginan ataupun kebutuhan konsumen dalam bentuk kualitatif dengan tujuan untuk memprioritaskan keinginan konsumen. Perhitungan derajat kepentingan tiap atribut adalah sebagai berikut:

$$X = \frac{\sum_{i=1}^n DK_i}{n}$$

Keterangan :

DK_i = derajat kepentingan responden ke-i

n = jumlah responden

2. Penentuan Tingkat Kinerja Produk dan Harapan Konsumen Atas Kinerja Produk dan Pelayanan (*customer satisfaction performance and competitive satisfaction performance*)

Pada tahap ini akan diukur tingkat kinerja produk yang selama ini diberikan kepada konsumen untuk mendapatkan nilai kinerja atribut masing-masing kebutuhan konsumen dilakukan dengan memperhitungkan rata-rata dengan rumus sebagai berikut :

$$X = \frac{\sum_{i=1}^n K_i}{n}$$

Keterangan :

K_i = Kepuasan responden ke-i

n = Jumlah responden

3. Penentuan Tujuan dan Masa Depan Produk dan Pelayanan

Merupakan hal yang menjadi kewajiban dari pihak manajemen dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen atas berbagai kualitas pelayanan. Skor yang digunakan dari skor yang rendah yaitu 1 hingga yang paling tinggi yaitu 5. Masa depan produk ditentukan melalui wawancara dan diskusi dengan pihak manajemen.

4. Penentuan Rasio Perbaikan (*improvement ratio/IR*)

Dengan mengetahui besarnya nilai target dan kinerja dari atribut produk ataupun pelayanan dari suatu perusahaan atau instansi, maka dapat diukur besarnya rasio perbaikan. Rasio perbaikan ini diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rasio Perbaikan} = \frac{\text{Nilai Target}}{\text{Kinerja Produk}}$$

5. Penentuan Skala Kepentingan dan Normalisasi Skala Kepentingan Konsumen (*Customer Requirement Scale (CSR)/ Raw Weight*)

Skala kepentingan konsumen adalah instrumen yang menyajikan suatu hirarki kebutuhan konsumen berdasarkan penilaian tim terhadap 3 variabel, yaitu nilai kepentingan konsumen, rasio perbaikan, dan titik penjualan. Skala kepentingan konsumen dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{SKK} = \text{NKK} \times \text{RP} \times \text{TP}$$

Skala kepentingan konsumen ini kemudian dinormalisasikan dengan menggunakan presentase (%). Rumus yang digunakan untuk menormalisasikan adalah:

$$\text{NSKK} = \frac{\text{SKK}}{\text{Total SKK}} \times 100 \%$$

Skala kepentingan konsumen (SKK) dan Normalisasi Skala Kepentingan Konsumen (NSKK) keduanya memberikan informasi yang sama, yakni memberikan nilai proporsi terhadap setiap atribut kebutuhan dan keinginan konsumen. Hasil Normalisasi skala

kepentingan konsumen (NSKK) akan dipergunakan dalam perhitungan berikutnya pada *House of Quality* (HoQ).

6. Pembuatan daftar kebutuhan teknis (*Technical Response*)

Tahap ini merupakan tahap pemunculan karakteristik kualitas pengganti. Pada tahap ini dilakukan transformasi dari kebutuhan yang bersifat non teknis menjadi data yang bersifat teknis guna memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen. Kebutuhan konsumen kemudian diterjemahkan dalam kebutuhan teknis yang berasal dari manajemen perusahaan dan dinyatakan dengan kualitatif dan kuantitatif. Daftar ini disusun berdasarkan wawancara dengan pihak manajemen dengan memperhatikan seluruh aspek yang ada di perusahaan.

7. Analisis Hubungan antara Kebutuhan Konsumen dengan Kebutuhan Teknis (Matrik Korelasi / *Corralation Matrix*)

Tahap ini menentukan seberapa kuat hubungan antara respon teknis dengan kebutuhan konsumen. Hubungan dengan antara keduanya bisa berupa hubungan yang sangat kuat, sedang, lemah. Untuk mengetahui hubungan tersebut digunakan *Impact Symbol*, sebagai berikut:

Tabel 1.1 Simbol Hubungan Kebutuhan Konsumen dengan Kebutuhan Teknis

Sumber : Basterfield, dalam Hepi, 2009:28

Simbol	Arti	Nilai
(Kosong)	Tidak ada Hubungan	0
△	Hubungan Lemah	1
○	Hubungan Sedang	3
⊖	Hubungan Kuat	9

c. Tahap Penyusunan Kepentingan Teknis

1) Penentuan Target dan Melakukan Analisis Teknis

Analisis teknis disusun memperhatikan tingkat kesulitan yang dialami oleh perusahaan dalam menerapkan kebutuhan teknis. Analisis kesulitan teknis dikelompokkan dalam skor 0 = sangat mudah, sampai skor 10 = sangat sulit.

2) Perhitungan Skor Kebutuhan Teknis

Nilai skor kebutuhan teknis diperoleh dengan mengalikan antara nilai normalisasi kebutuhan konsumen dengan nilai hubungan antara kebutuhan konsumen dengan kebutuhan teknis.

3) Penentuan Korelasi antara Kebutuhan Teknis

Penentuan hubungan ini digunakan untuk mengetahui antara kebutuhan teknis, apakah hubungan bersifat positif (sinergi) atau negatif (konflik). Simbol yang digunakan adalah :

Tabel 1.2 Simbol Hubungan Kebutuhan antara Kebutuhan Teknis

Simbol	Arti	Nilai
++	Korelasi positif kuat	+9
+	Korelasi positif	+3
—	Korelasi negatif	-3
▽	Korelasi negatif kuat	-9
(kosong)	Tidak ada hubungan	0

4) Penyusunan Perhitungan dan Analisis dalam bentuk HoQ

House of Quality (HoQ) disusun berdasarkan data yang telah diperoleh dan diperhitungkan yang telah dilakukan. Penyusunan ini dilakukan dengan mengikuti kaidah dan ketentuan yang telah ditetapkan.



Gambar 2.1 *House of Quality*

Sumber: *Lou Chen* (Fandy Tjiptono, 2000: 116)

Keterangan:

- 1) *Customer Needs & Benefit* atau *Voice of Customer (VOC)*, merupakan bagian yang berisi daftar terstruktur dari kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap produk atau jasa. Bagian ini disebut juga dengan WHATs yang disusun berdasarkan suara pelanggan (VOC).
- 2) Matriks Perencanaan, berisi tentang hasil riset pasar dan perancang strategi.
- 3) Respons Teknis, berisi persyaratan-persyaratan teknis untuk produk atau jasa yang akan dikembangkan. Data ini diturunkan berdasarkan informasi yang diperoleh mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen.
- 4) Hubungan (*Relationship*), berisi penilaian hubungan antara pengaruh respons teknis (manajemen perusahaan) terhadap VOC.
- 5) Matriks Korelasi Teknis, berisi penilaian tim tentang hubungan implementasi antar elemen pada respons teknis.
- 6) Matriks Teknis, berisi prioritas respons teknis, perbandingan performance teknis dan target teknis.

2.1.4 Pelayanan

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui beberapa aktivitas orang lain secara langsung. Sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia,

pelayanan adalah menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu dan pembeli. Menurut Suparlan (2000), pelayanan adalah usaha pemberian bantuan atau pertolongan kepada orang lain, baik berupa materi maupun non materi agar orang lain itu dapat mengatasi masalahnya sendiri. Lanjut menurut Moenir (2005) menjelaskan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.

Menurut Kotler (2003) menyebutkan bahwa layanan (*service*) dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan atau kinerja yang diberikan kepada seseorang kepada orang lain. Pelayanan atau lebih dikenal *service* dapat diklasifikasikan menjadi :

- a. *Hight contact service*, yaitu klasifikasi pelayanan jasa dimana kontak antara konsumen dan penyedia jasa yang sangat tinggi, konsumen selalu dilibatkan dalam proses layanan jasa tersebut.
- b. *Low contact service*, yaitu klasifikasi pelayanan jasa dimana kontak antara konsumen dengan penyedia jasa tidak terlalu tinggi. *Physical contact* dengan konsumen hanya terjadi di front desk adalah termasuk dalam klasifikasi *low contact service*.

Pelayanan pada dasarnya yang dibutuhkan manusia ada dua jenis, yaitu layanan fisik yang bersifat pribadi sebagai manusia dan layanan administratif yang diberikan oleh orang lain selaku organisasi, baik itu organisasi maupun negara.

2.1.5 Kualitas Pelayanan

Konsep kualitas pelayanan telah menjadi suatu tahap yang universal dan menjadi faktor dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi. pengembangan kualitas didorong oleh kondisi persaingan antara perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian dan sosial budaya masyarakat sebenarnya tidak mudah untuk mendefinisikan kualitas yang tepat.

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2005), merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan . Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi faktor kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected experience*) dan pelayanan yang didapatkan (*provide service*), maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal begitu sebaliknya. Maka baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan pelanggan.

Pengertian kualitas menurut Kotler (1997), adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kemudian menurut Gasperz yang dikutip oleh Samparna (1997:7), menyatakan bahwa pada dasarnya kualitas terdiri dari sejumlah unsur keistimewaan produk yang memenuhi pelanggan dan dengan demikian memberikan kepuasan atas penggunaan produk. kualitas terdiri dari segala sesuatu yang bebas dari kekurangan atau kerusakan.

Dari kedua pengertian diatas kualitas berarti kesempurnaan atribut suatu produk (barang atau jasa) tertentu, sesuai dengan yang dikendaki pengguna jasa. Sedangkan Gazperz (1997), mendefinisikan kualitas secara konvensional adalah biasanya menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk seperti performansi, keandalan, mudah dalam penggunaan dan sebagainya. Sedangkan definisi kualitas secara non konvensional adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan.

Penilaian kualitas pelayanan ditentukan oleh pengguna jasa layanan tersebut, pengguna jasa akan menilai dengan membandingkan jasa yang akan mereka terima dengan yang mereka harapkan. Pemberian layanan dapat mencapai respirasi yang tinggi dalam kualitas pelayanan hanya jika kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan pengguna jasa. pengertian kualitas menurut Tjiptono (1997), bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan organisasi

pelayanan publik untuk memberikan pelayanan yang dapat memuaskan pengguna jasa baik melalui pelayanan teknis maupun administrasi.

Dengan pelayanan kualitas inilah suatu perusahaan dapat senantiasa diminati pelanggan. Perusahaan yang selalu dapat menjaga kualitas pelayanannya dengan konsisten tidak akan kalah bersaing walaupun bergerak dibidang yang sama. Dampaknya tentu akan menguntungkan perusahaan karena para pelanggan akan terus berinteraksi dengan perusahaan tersebut. Hal ini sesuai dengan dikemukakan Mursid (1997), bahwa salah satu cara utama menempatkan sebuah perusahaan jasa lebih unggul dari perusahaan pesaingnya adalah dengan memberikan pelayanan yang lebih berkualitas daripada pesaingnya. Kuncinya adalah memenuhi atau melebihi pengharapan sasaran mengenai kualitas.

2.1.6 Dimensi Kualitas Pelayanan

Dari beberapa dimensi atau faktor yang digunakan konsumen atau pengguna jasa dalam menentukan kualitas pelayanan, ada lima dimensi pokok yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan :

- a) Bukti langsung (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi. *Tangibles* banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa dalam rangka meningkatkan citranya, serta memberikan kelancaran kualitas kepada para pelanggan.
- b) Keandalan (*Reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Dalam pengertian yang lebih luas *reliability* dapat diartikan bahwa perusahaan menyampaikan janji-janjinya mengenai penyampaian jasa, prosedur pelayanan, pemecahan masalah dan penentu harga. Para pelanggan biasanya ingin sekali melakukan kerja sama dengan perusahaan yang bisa memenuhi janji-janjinya terutama mengenai sesuatu yang berhubungan dengan jasa.
- c) Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staff untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap. Dimensi ini menekankan pada perhatian penuh dan kecepatan dalam melakukan

hubungan dengan para pelanggan baik itu permintaan, pertanyaan, keluhan, dan masalah-masalah.

- d) Jaminan (*Assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Merupakan dimensi terpenting dari suatu pelayanan dimana para pelanggan harus bebas dari bahaya resiko yang tinggi atau bebas dari keragu-raguan dan ketidak pastian.
- e) Empati (*Empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memenuhi kebutuhan para pelanggan. Hal terpenting dari empati dalam cara penyampaian baik secara personal maupun biasa. Para pelanggan dianggap sebagai orang yang penting dan khusus.

Kelima dimensi di atas dapat dipenuhi dengan sebaik-baiknya dalam memberikan pelayanan untuk menciptakan kualitas pelayanan yang baik. Grontoss pun mencoba merumuskan dimensi atau faktor yang dapat digunakan oleh konsumen atau pelanggan untuk menilai efektivitas atau mutu pelayanan terdapat enam unsur, yaitu ;

- a) Keahlian dan Kemampuan (*professionalism and Skill*)
Pelanggan menyadari bahwa penyediaan jasa, karyawan system operasional, dan sumber daya fisik, memilkin pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah pelanggan secara potensial.
- b) Sikap dan Tingkah laku (*Attitudes and Behavior*)
Pelanggan merasa bahwa karyawan perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka dan berusaha membantu dalam memecahkan masalah mereka secara spontan dan senang hati.
- c) Kemudahan Hubungan dan Keluwesan (*Accessibility and Trusworthiness*)
Pelanggan merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam kerja, karyawan dan sistem operasionalnya dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga pelanggan dapat melakukan akses dengan mudah. Selain itu juga

dirancang dengan maksud agar dapat dapat bersifat fleksibel dalam menyesuaikan permintaan dan keinginan pelanggan.

d) Keandalan dan Dapat Dipercaya (*Reliability and Trustworthiness*)

Pelanggan memahami apapun yang terjadi sesuatu, mereka bisa mempercayakan segala sesuatunya kepada penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya

e) Pemulihan (*Recovery*)

Pelanggan menyadari bahwa bila ada kesalahan atau bila terjadi kesalahan atau bila terjadi sesuatu yang tidak diharapkan, maka penyedia jasa akan segera mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari pemecahan yang tepat.

f) Reputasi dan Kepercayaan (*Reputation and Credibility*)

Pelanggan meyakini bahwa operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan memberikan nilai atau imbalan yang sesuai dengan pengorbanannya.

2.1.7 Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Saat ini sejalan dengan perkembangan jaman, resort tidak hanya sekedar menjadi sarana tempat tinggal sementara bagi orang yang berpergian tetapi sudah berkembang kearah pemenuhan kebutuhan lainnya. Semakin banyaknya resort-resort baru yang didirikan menyebabkan persaingan antar resort menjadi semakin kompleks. Resort Papuma sebagai salah satu resort di Jember tidak terlepas dari situasi persaingan bisnis penginapan yang semakin kuat di mana resort lain saling berlomba meningkatkan kualitas pelayanan dan program baru demi kepuasan pelanggannya.

Penelitian ini mengkaji penyebab terjadinya pengurangan kepuasan pelanggan di Resort Papuma berdasarkan persepsi pelanggan dan dirumuskan solusinya sehingga hasilnya bisa dipakai sebagai dasar acuan pihak manajemen dalam upaya perbaikan peningkatan pelayanan di Resort Papuma. Salah satu metode untuk mendesain kualitas produk atau jasa adalah dengan menggunakan *Quality Function Deployment (QFD)* yang bertujuan untuk memenuhi keinginan pelanggan dengan mengevaluasi dan memilih tindakan yang tepat untuk

memenuhi keinginan pelanggan tersebut berdasarkan skala prioritas. Berdasarkan hasil analisis dapat diambil kesimpulan bahwa untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pengunjung Resort Papuma adalah dengan mengacu pada respon teknis yang mempunyai nilai kontribusi yang tinggi adapun tindakan yang dapat dilakukan manajemen Resort Papuma adalah dengan memberikan arahan pada karyawan memperbaiki sistem pelayanan dan melakukan perawatan fasilitas.

2.2 Penelitian Terdahulu

- a. Dediek (2013) melakukan penelitian mengenai penerapan *Quality Function Deployment* (QFD) untuk mengetahui upaya peningkatan kualitas produk suwar-suwir UD Primadona Jember. Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa ada beberapa atribut produk suwar-suwir UD Primadona yang merupakan kebutuhan dan keinginan konsumen diantaranya adalah rasa, warna, tekstur, aroma daya tahan/keawetan, warna dasar kemasan, perpaduan tiap warna dalam kemasan, lay out kemasan, tiografi desain kemasan, citra kemasan, harga, kemudahan mendapatkan produk, dampak bagi kesehatan, dan informasi mengenai produk. Semua ini didasarkan masukan dari konsumen serta masukan internal perusahaan. Berdasarkan keinginan konsumen terhadap peningkatan kualitas produk suwar-suwir beberapa kebutuhan teknis telah disusun berdasarkan tahap-tahap produksinya. Pada tahap persiapan diperoleh sebelas kebutuhan teknis sebagai respon terhadap kebutuhan pelanggan yaitu perencanaan kebutuhan bahan baku yang akurat, kemitraan supplier, penyedia bahan baku yang berkualitas, pemasaran bahan baku tepat waktu, distribusi bahan baku tepat waktu, standar penyimpanan bahan baku, pemeliharaan mesin dan peralatan, penyedia lingkungan produksi yang baik, penambahan teknologi mesin, pemeliharaan kebersihan lingkungan produksi, dan kestabilan fisik dan mental tenaga kerja.
- b. Septian Handy S (2015) melakukan penelitian mengenai Penerapan *Quality Function Deployment* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan pada Bank

Jatim cabang Jember. Untuk mengetahui apa saja kebutuhan nasabah (*what*) dan bagaimana memenuhi kebutuhan nasabah berdasarkan perencanaan teknis (*how*). Dari hasil penelitian, Berdasarkan suara konsumen (*Voice of Customer*), diperoleh 15 indikator yang mewakili bukti fisik (*tangible*), reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*emphaty*) dan jaminan (*assurance*). Diantaranya adalah Keleluasan di lahan parkir, Kenyamanan ruang tunggu, Jumlah loket pelayanan, Kecepatan karyawan melayani nasabah, Akurasi kerja karyawan, Pemahaman karyawan terhadap proses pelayanan, Keramahan karyawan dalam melayani, Keadilan dalam penyelesaian komplain nasabah, Kecepatan tanggapan karyawan terhadap usulan dari nasabah, Pemberian perhatian secara individual kepada nasabah, Kemauan karyawan berdiskusi terhadap permasalahan nasabah, Toleransi karyawan terhadap permasalahan nasabah, Kesesuaian kualitas layanan terhadap janji yang diberikan bank, Kemauan karyawan memberikan jalan keluar yang saling menguntungkan, Pertanggung jawaban karyawan terhadap kesalahan layanan.

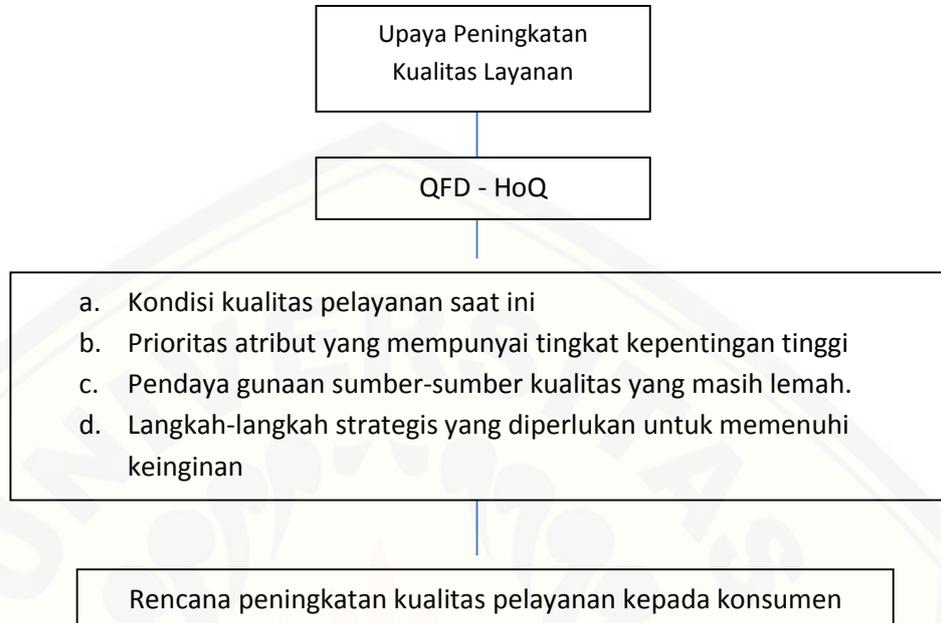
- c. Ratna Ekawati dan Triani Wulandari (2014) menganalisis pengendalian kualitas pelayanan rawat jalan di RSKM menggunakan QFD. QFD diperlukan guna meningkatkan kinerja para staf yang bersangkutan dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada para pasien. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan tersebut, peneliti akan mengidentifikasi apa saja atribut-atribut yang menjadi keinginan dan kebutuhan pasien rawat jalan dengan membuat dan menyebarkan kuesioner pada pasien. Setelah itu diolah dengan menggunakan metode QFD (*Quality Function Deployment*) yaitu membuat HOQ (*House of Quality*). Atribut-atribut pelayanan jasa rawat jalan yang dianggap penting oleh pasien RSKM secara urut berdasarkan tingkat kepentingannya yaitu tindakan cepat saat pasien membutuhkan, kemampuan dokter dan perawat untuk cepat tanggap menyelesaikan keluhan pasien, memiliki ruang tunggu yang cukup dan nyaman, memberikan perhatian tanpa memandang status, tersedianya dokter umum yang

cukup, pelayanan pemeriksaan, pengobatan dan perawatan yang cepat dan tepat, serta pengetahuan dan kemampuan para dokter menetapkan diagnosis penyakit dengan baik sehingga mampu menjawab setiap pertanyaan pasien secara meyakinkan.

- d. Beni Riyanto (2006) dalam penelitian berjudul “Analisis Kualitas Layanan dengan Menggunakan *Quality Function Deployment* pada Rumah Sakit (Studi Kasus pada Kelas VIP dan I pada Rumah Sakit Dr. Moewardi Surakarta) membahas tentang penerapan *Quality Function Deployment* di RS DR. Moewardi dan didukung dengan penggunaan analisis Diagram Pareto dan Diagram Sebab Akibat. Hasil analisis dengan menggunakan Diagram Pareto menunjukkan dimensi *tangible* memiliki presentase terbesar dengan 44,98%. Kemudian dengan analisis Diagram Sebab Akibat diperoleh 12 sub penyebab rendahnya kualitas layanan di RS DR. Moewardi dari 5 dimensi kualitas layanan yang ada (*tangible, assurance, empathy, reliability, dan responsiveness*). Hasil dari analisis *House of Quality* menunjukkan bahwa untuk tingkat kepentingan, semua atribut dinilai sangat penting oleh responden dengan menempatkan dimensi *reliability, responsiveness* dan *assurance* sebagai dimensi yang paling penting dengan *mean* 5 (sangat penting). Sedangkan tingkat kinerja, menurut responden masih belum optimal dengan menempatkan *emphaty* sebagai dimensi yang paling tidak baik kinerjanya.
- e. Yohanita Rini Kristiani, Tjahjono Kuntjoro, dan Adi Utarini (2006) dalam penelitian yang berjudul “Pengembangan Desain Mutu Pelayanan Rawat Inap Puskesmas Karanganyar Kebumen Menggunakan *Quality Function Deployment*” bertujuan untuk menyusun desain mutu pelayanan rawat inap dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment*. Berdasarkan *House of Quality matrix* dan ketersediaan sumber daya di Puskesmas, berikut adalah prioritas dalam desain mutu pelayanan rawat inap (1) pemeliharaan fasilitas dan infrastruktur pelayanan rawat inap; (2) penjadwalan dokter jaga 24 jam; (3) ketersediaan peralatan medis; (4) ketersediaan dokter spesialis; dan (5) ketersediaan ambulans 24 jam.



2.3 Kerangka Konseptual



Gambar Kerangka konseptual

Dari kerangka konseptual di atas dilatarbelakangi kewajiban Resort Papuma untuk meningkatkan kualitas layanan terhadap konsumennya. Dimensi kualitas Tangible, Daya tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti fisik merupakan aspek-aspek yang dipertimbangkan untuk mendukung upaya tersebut. Dibutuhkan tanggapan konsumen dan karyawan Resort Papuma. Berdasarkan tanggapan kedua belah pihak, yaitu Resort Papuma, selanjutnya diaplikasikan QFD untuk menentukan rancangan upaya peningkatan kualitas layanan seperti yang diharapkan konsumen dan bisa dilakukan oleh jajaran karyawan hotel yang bersangkutan.

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian tindakan atau action research bisa juga disebut penelitian perekayasaan. Penelitian tindakan merupakan penelitian yang berorientasi pada penerapan tindakan dengan tujuan peningkatan mutu atau pemecahan masalah pada suatu kelompok subyek yang diteliti dan mengamati tingkat keberhasilan atau tindakannya, untuk kemudian diberikan tindakan lanjutan yang bersifat penyempurnaan tindakan atau penyesuaian dengan kondisi dan situasi sehingga diperoleh hasil yang lebih baik.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Resort Papuma. Penelitian ini difokuskan pada kebutuhan konsumen terhadap kualitas pelayanan penginapan yang diberikan Resort Papuma. Penelitian ini tidak menggunakan *benchmarking* agar tidak memperluas permasalahan yang sedang diteliti, sehingga penelitian lebih terfokus kepada interen objek yang diteliti yaitu Resort Papuma Jember.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2005: 90). Penelitian ini menggunakan metode *Purposive sampling*, menurut Sugiyono (2010) yaitu teknik menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif. Ada dua macam responden yaitu responden konsumen dan responden karyawan Resort Papuma. Reponden konsumen yang digunakan sebanyak 50 responden dengan pertimbangan jumlah ini sudah memenuhi syarat menurut Roscoe (1975), yaitu minimal 30 responden untuk penelitian deskriptif.

Kriteria konsumen yang dijadikan responden yaitu:

- a. Konsumen yang telah dewasa dan memiliki KTP, karena konsumen dengan usia dewasa diharapkan dapat memberikan respon yang rasional.
- b. Konsumen yang pernah berkunjung sekaligus menginap.

Responden dari resort, responden yang dipilih adalah pihak yang dianggap paling memahami objek yang akan diteliti. Selain itu, tidak menutup kemungkinan adanya responden lain dari Hotel apabila adanya tambahan informasi yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini, ditentukan banyaknya responden karyawan resort adalah = 10 orang.

3.4 Metode Pengumpulan Data

a. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original. Data primer yang digunakan pada penelitian ini adalah data yang diperoleh dari hasil pengamatan langsung dari hasil wawancara dengan Manajemen Resort Papuma.

2. Data Sekunder

Pengertian data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpulan data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Dalam penelitian ini data sekunder yang diperoleh berupa sejarah perusahaan, struktur organisasi perusahaan, profil dan lain-lain relevan dengan dengan sasaran penelitian.

b. Sumber Data

Wawancara akan dilakukan pada beberapa responden yang sudah terpilih. Wawancara yang terstruktur akan dilakukan pada responden konsumen dan pihak manajemen serta karyawan Resort Papuma, untuk memenuhi fokus penelitian yang diinginkan. Kegiatan observasi akan dilakukan pada tempat Resort Papuma.

Sedangkan untuk mendapat data sekunder akan dilakukan studi dokumentasi yang didapatkan dari pihak resort, buku, media online dan sebagainya.

Pada tahap selanjutnya, penelitian akan melakukan wawancara dalam mencari tiap persyaratan konsumen terhadap pelayanan hotel yang dilakukan. Tujuan dari wawancara adalah mengetahui atribut-atribut keinginan dan kebutuhan konsumen. Setelah itu dilakukan seleksi informasi yang diperoleh dari hasil wawancara tersebut. Proses wawancara akan dilakukan pada beberapa informan dari konsumen, dan informan dari resort yang dalam hal ini adalah manajemen Resort Papuma.

Kuisisioner akan dirancang atau disusun berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan konsumen didapat dari proses wawancara pada beberapa konsumen dan manajemen hotel mengenai kualitas produk dan pelayanan yang diharapkan. Setiap item kebutuhan akan menjadi dasar pembuatan atribut penelitian yang ditetapkan penelitian berdasarkan teori.

Tabel 3.1 Nilai jawaban Konsumen terhadap Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

Nilai	Jawaban	
	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
5	Sangat Penting	Sangat Baik
4	Penting	Baik
3	Netral	Netral
2	Tidak Penting	Tidak Baik
1	Sangat Tidak Penting	Sangat Tidak Baik

Penyebaran kuisisioner dilakukan secara selektif pada sampel responden yang sesuai dengan persyaratan yang telah ditentukan. Penyebaran kuisisioner akan dilakukan beberapa tahap sesuai dengan data yang dibutuhkan.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian berkaitan dengan dimensi kualitas layanan Hotel kepada Konsumen adalah : Bukti fisik, reliabilitas, responsibilitas, empati dan jaminan.

1. Bukti fisik (*Tangible*), meliputi kebutuhan konsumen yang berfokus pada berkaitan dengan tampilan fisik antara lain fasilitas fisik, seperti gedung, perlengkapan dan peralatan, keberadaan toilet dan tempat parkir, serta penampilan karyawan dan karyawan yang rapi.
2. Reliabilitas adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan pada konsumen dengan akurat, memuaskan konsumen yang dilakukan melalui pemberian tindakan karyawan pada konsumen, prosedur administrasi yang mudah serta waktu pelayanannya yang sesuai.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*) adalah seberapa besar tanggapan yang diberikan karyawan, staff hotel untuk membantu konsumen dalam memberikan pelayanan .
4. Empati adalah bentuk layanan dan perhatian secara personal yang diberikan seperti, kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami keluhan konsumen.
5. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki petugas, staff, dan karyawan babas dari bahaya, resiko atau keraguan.

Variabel operasional yang menjadi indikator-indikator pada penelitian ini diantaranya:

Tabel3.2 : Variabel Operasional

No.	Variabel Laten	Indikator
1	Bukti Fisik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kamar yang bersih 2. Penampilan dari karyawan resort saat memberikan pelayanan 3. Ketersediaan toilet di dalam kamar yang memadai. 4. Sarana parkir yang aman.
2	Reliabilitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan yang baik oleh karyawan penginapan 2. Kemudahan administrasi dalam mendapatkan pelayanan penginapan 3. Penjelasan penggunaan fasilitas yang benar kepada konsumen
3	Daya Tanggap	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daya tanggap karyawan terhadap keluhan konsumen 2. Kecepatan dari tenaga karyawan saat memberikan pelayanan penginapan 3. Ketrampilan dari karyawan disaat memberikan pelayanan penginapan 4. Kemudahan menemui karyawan selama 24 jam
4	Empati	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perhatian karyawan saat memberikan pelayanan penginapan 2. Kemudahan dalam mendapatkan informasi 3. Karyawan ramah kepada konsumen
5	Jaminan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan yang dapat dipercaya 2. Menghormati dalam memperlakukan konsumen 3. Menjaga privasi konsumen selama menjalani penginapan 4. Ketenangan ruangan 5. Keamanan lingkungan resort

Pada tabel diatas merupakan variabel operasinal merupakan aspek-aspek yang menjadi faktor penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan penginapan Resort Papuma, untuk ditanggapi konsumen dan karyawan resort itu sendiri.

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisis *Quality Function Deployment* (QFD)

QFD dalam proses penerapannya terbagi menjadi 3 tahap, semua itu harus dilakukan terlebih dahulu dengan tahap perencanaan dan persiapan, Diantara 3 tahap tersebut adalah:

1. Tahap pengumpulan *voice of customer*

Pada tahap pertama penelitian ini melakukan survey untuk memperoleh suara konsumen tentu membutuhkan waktu dan ketrampilan untuk mendengarkan. Proses QFD membutuhkan data konsumen yang ditulis yang sebagai atribut-atribut dari suatu produk atau jasa. Setiap atribut mempunyai data numerik yang berkaitan dengan kepentingan relatif atribut bagi konsumen dan tingkat performasi kepuasan konsumen dari jasa yang diberikan berdasarkan atribut yang telah ada.

2. Tahap penyusunan *House of quality*

Berikut tahapan dalam menyusun rumah kualitas:

- I. Derajat Kepentingan Relatif Atribut Keinginan Konsumen

Derajat keinginan konsumen digunakan untuk memposisikan setiap keinginan ataupun kebutuhan konsumen dalam bentuk data kualitatif dengan tujuan untuk memprioritaskan keinginan konsumen. Perhitungan derajat kepentingan tiap atribut adalah sebagai berikut :

$$TKK = \frac{\sum x}{n}$$

Sumber: J. Supranto, 2001.

Keterangan:

TKK : Tingkat Kepentingan Konsumen

$\sum x$: Total Skor Kepentingan

n : Jumlah Responden

II. Penentuan Tingkat Kinerja Produk dan Harapan Konsumen Atas Kinerja Produk Dan Pelayanan (*customer satisfaction performance* Dan *competitive satisfaction performance*)

Pada tahap ini akan diukur tingkat kinerja produk yang selama ini diberikan kepada konsumen untuk mendapatkan nilai kinerja atribut masing-masing kebutuhan konsumen dilakukan dengan memperhitungan rata-rata dengan rumus sebagai berikut:

$$TKK = \frac{\sum x}{n}$$

Sumber: J. Supranto, 2001.

Keterangan:

TKK: Tingkat Kepentingan Konsumen

$\sum x$: Total Skor Kepentingan

n : Jumlah Responden

III. Penentuan Tujuan Dan Masa Depan Produk dan Pelayanan

Penentu tujuan masa depan produk dan pelayanan merupakan hal yang menjadi kewajiban dari pihak manajemen dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen atas berbagai kualitas pelayanan. Skor yang digunakan dari skor yang rendah yaitu 1 hingga paling baik yaitu 5. Masa depan produk ditentukan melalui wawancara dan diskusi dengan pihak manajemen.

IV. Penentuan Rasio Perbaikan (*Improvement Ratio/IR*)

Dengan mengetahui besarnya nilai target dan kinerja dari atribut produk ataupun pelayanan dari suatu perusahaan atau instansi, maka dapat diukur besarnya rasio perbaikan. Rasio Perbaikan ini diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rasio Perbaikan} = \frac{\text{Nilai Target}}{\text{Kinerja Produk}}$$

Sumber : Akao, 1990.

V. Penentuan Skala Kepentingan Dan Normalisasi Skala Kepentingan Konsumen (*Costumer Requirment scale (CSR)/Raw Weight*)

Skala kepentingan konsumen adalah instrumen yang menyajikan suatu hirarki kebutuhan konsumen berdasarkan penilaian tim terhadap 3 variabel, yaitu nilai kepentingan nasabah, rasio perbaikan, dan titik penjualan. Skala kepentingan konsumen dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{SKK} = \text{NKK} \times \text{RP} \times \text{TP}$$

Skala kepentingan konsumen ini kemudian dinormalisasikan dengan menggunakan presentase (%). Rumus yang digunakan untuk menormalisasikan adalah:

$$\text{NSKK} = \frac{\text{SKK}}{\text{TotalSKK}} \times 100,00\%$$

Skala Kepentingan Konsumen (SKK) dan Normalisasi Skala Kepentingan Konsumen (NSKK) keduanya memberikan informasi yang sama, yakni memberikan nilai proporsiterhadap setiap atribut kebutuhan dan keinginan konsumen. Hasil Normalisasi skala kepentingan konsumen (NSKK) akan dipergunakan dalam perhitungan berikutnya pada *House of Quality* (HoQ).

3. Pembuatan daftar respon teknis teknis (*Technical Response*)

Tahap ini merupakan tahap pemunculan karakteristik kualitas pengganti. Pada tahap ini dilakukan transformasi dari kebutuhan yang bersifat non teknis menjadi data yang bersifat teknis guna memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen.

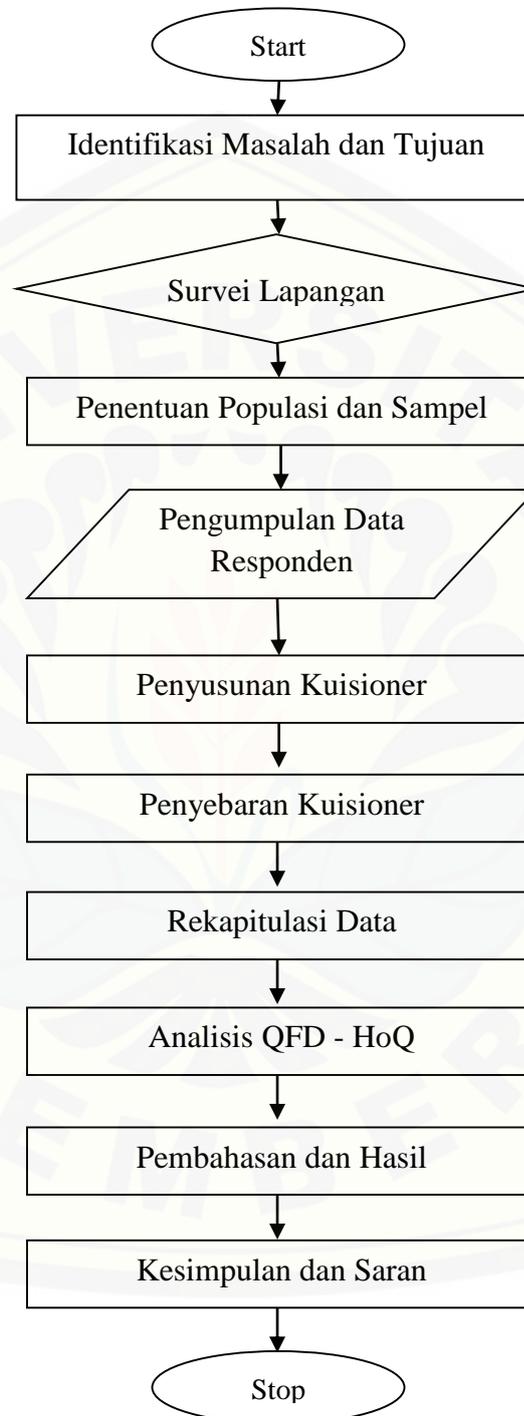
4. Analisis hubungan antara kebutuhan konsumen dengan kebutuhan teknis (*Matrik Korelasi / Corralation Matrix*)

Tahap ini menentukan seberapa kuat hubungan anatara repon teknis dengan kebutuhan konsumen. Hungan dengan antara keduanya bisa berupa hubungan yang sangat kuat, sedang, lemah.

5. Penyusunan perhitungan dan analisis dalam bentuk HoQ

House of Quality (HoQ) disusun berdasarkan data yang telah diperoleh dan diperhitungkan yang telah dilakukan. Penyusunan *House of Quality* (HoQ) dilakukan dengan mengikuti dengan mengikuti kaidah dan kententuan yang telah ditetapkan.

3.7 Kerangka Pemecahan Masalah



Keterangan :

- a. Tahap awal dimulainya peneliti merupakan persiapan materi untuk mencari data awal yang diperlukan dalam penulisan skripsi
- b. Identifikasi masalah dan tujuan, mencoba mengkaji lebih dalam masalah dan tujuan dilakukannya penelitian
- c. Survei lapangan, dimaksudkan memperoleh gambaran yang mendalam terhadap masalah yang akan diteliti
- d. Tahap pengumpulan data dibagi menjadi dua bagian, yaitu pengumpulan data dari konsumen dilakukan dengan metode wawancara yang dimaksudkan untuk mendapatkan profil dari responden, lalu dilanjutkan dengan perancangan kuisioner untuk tahap pengumpulan data berikutnya. Sedangkan pengumpulan data dari perusahaan melalui observasi, wawancara dan kuisioner
- e. Analisis *Quality Function Deployment* dan *House of Quality*, analisis yang dilakukan melalui beberapa proses yang ada
- f. Pembahasan dan hasil, yaitu tahap yang dilakukan untuk membahas mengenai hasil analisis yang dilakukan
 - g. Setelah hasil diperoleh, maka dapat ditarik kesimpulan dan saran

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasana penelitian di Resort Tanjung Papuma diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Aspek-aspek pelayanan dari Resort Tanjung Papuma yang dibutuhkan dan diharapkan konsumen berdasar tingkat kepentingannya. Berdasarkan pendapat konsumen (*voice of costumer*) berjumlah 50 orang maka variabel aspek-aspek pelayanan meliputi 5 variabel yang merepresentasi bukti fisik (*tangible*), meliputi Ruang kamar pelayanan yang bersih , Penampilan dari karyawan resort saat memberikan pelayanan, Ketersediaan toilet di dalam kamar yang memadai, Sarana parkir yang luas, aman dan nyaman. Reabilitas (*reability*), meliputi Pelayanan tenaga karyawan dalam memberikan pelayanan penginapan, Kemudahan prosedural administrasi dalam mendapatkan pelayanan penginapan, Penjelasan penggunaan fasilitas yang benar kepada konsumen. Daya tanggap (*responsiveness*), meliputi Daya tanggap karyawan terhadap keluhan konsumen, Kecepatan dari tenaga karyawan saat memberikan pelayanan penginapan, Ketrampilan dari karyawan disaat memberikan pelayanan penginapan, Kemudahan menemui karyawan. Empati (*emphaty*) meliputi karyawan yang dapat dipercaya, menghormati dalam memperlakukan konsumen, menjaga privasi konsumen selama menjalani penginapan, Ketenangan ruangan, Keamanan lingkungan resort.
2. Respon teknis Resort Tanjung Papuma terhadap aspek-aspek layanan yang dibutuhkan dan diharapkan konsumen yaitu:
 - a) Perbaiki fasilitas Toilet
 - b) Memudahkan proses adminstrasi
 - c) Pelayan siaga selama 24 jam
 - d) Meningkatkan kepedulian kepada konsumen
 - e) Meningkatkan keamanan

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini sudah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan, antara lain adanya keterbatasan dengan menggunakan kuisioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh sampel tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya.

5.3 Saran

Saran yang diajukan penelitian ini bagi pihak Resort Tanjung Papuma adalah pada aspek bukti fisik perlu ketersediaan toilet di dalam kamar yang memadai terutama berkaitan dengan kelengkapan fasilitas toilet. Aspek Reabilitas (*reability*) memberikan kemudahan administrasi kepada konsumen dalam proses menggunakan jasa layanan. Aspek Daya tanggap (*responsiveness*), meningkatkan pelayanan kepada konsumen agar konsumen dalam kebutuhannya bisa dilayani dengan baik karyawan. Hal ini dilakukan dengan memberlakukan siaga 24 jam agar konsumen mudah dalam menemui pelayan. Aspek Empati (*emphaty*) meningkatkan pelayanan kepada konsumen dengan berlaku ramah dan sopan. Aspek Jaminan (*assurance*) meningkatkan keamanan wilayah sekitar resort agar konsumen nyaman dalam menggunakan jasanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji Mahendra Riky. 2006. Analisis Kualitas Pelayanan UNS Medical Center Universitas Sebelas Maret Surakarta Dengan Menerapkan *Quality Function Deployment*. Skripsi Universitas Sebelas Maret.
- Akao, Yoji. 1997. *QFD: Past, Present, and Future*. International Symposium on QFD '1997 – Linkoping.
- Besterfield, Dale H. et.al. 2003. *Total Quality Management. 3rd Edition*. Prentice Hall : New Jersey
- Dediek tri Kurniawan, 2009, Penerapan *Quality Fuction Deployoment (QFD)* dalam upaya peningkatan kualitas suwar-suwir UD Primadona Jember. Skripsi Universitas Jember.
- EkawatiRatna dan WulandariTriani,2014, Analisis Pengendalian kualitas pelayanan rawat jalan di RSKM menggunakan *Quality Fuction Deployoment*. Skripsi Universitas Jember
- Garibay, C., Gutiérrez, H. & Figueroa, A. (2010). *Evaluation of A Digital Library by Means of Quality Function Deployment (QFD) and The Kano Model*. *The Journal of Academic Librarianship*, 36, 125-132.
- Gasperz, Vincent. 1997. *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa: Strategi Untuk MemenangkanPersaingan Global*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Haming, N, dan Nur Najamudin, M. 2012 *Manajemen Produksi Modern*. Jakarta. Penerbit : Bumi Aksara
- Heizer, Jay Render, Barry. 2005. *Manajemen Operasi*. Edisi Tujuh. Jakarta: salemba empat.
- Jonathan Sarwono. 2011. “Mix Method. Cara menggabungkan Riset Kuantitatif dan Riset Kualitatif secara Benar”. Jakarta : PT Gramedia.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran Edisi Kelima*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Terjemahan Hendro Teguh, SE. Ak. Jakarta : Prehelindo
- Kristiani RiniYohanita, Kuntjoro Tjahjono, dan Utarini Adi, 2006, Pengembangan Desain Mutu Pelayanan Rawat Inap Puskesmas Karanganyar Kebumen Menggunakan *QualityFunction Deployment Jurnal Manajemen Pelayanan Kesehatan*, Volume 09 No. 04 Desember 2006.
- M. Mursid. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Bumi Aksara.

Riyanto Beni,,2006, Analisis Kualitas Layanan dengan Menggunakan *Quality Function Deployment* pada Rumah Sakit (Studi Kasus pada Kelas VIP dan I pada Rumah Sakit Dr. Moewardi Surakarta). Skripsi Fakultas Ekonomi UNS. Tidak dipublikasikan

S Handy Septian, 2015, Penerapan *Quality Function Deployment* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan pada Bank Jatim cabang Jember. Skripsi Universitas Jember

Sugiyono, 2011, statistik untuk penelitian. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2005. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta : Andi.

Tjiptono, Fandy. 1997. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta : Andi.

Tjiptono, Fandy. Anastasi, Diana. 2003. *Total Quality Management*. Andi Offset, Yogyakarta.

<https://teorionlinejurnal.wordpress.com/2012/08/20/menentukan-ukuran-sampel-menurut-para-ahli/>

<http://globallavebookx.blogspot.com/2015/02/pengertian-pelayanan-menurut-ahli.html>

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/41002/Chapter.pdf;jsessionid=E5F7B972CCDD19B3F3E7DECA5BE6B83C?sequence=4>

<https://www.scribd.com/document/336770857/Pengertian-Teknik-Purposive-Sampling-Menurut-Para-Ahli-Pengertian-Menurut-Para-Ahli>