

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka

1. Aviasti Anwar, Dewi Shofi Mulyati dan Wenny Amelia (2013) yang berjudul *Application Quality Function Deployment to Improve Quality of Services in Ngodoe Cafe*. Hasil dari jurnal ini yaitu setelah mengetahui kebutuhan dan keinginan atribut pelanggan terhadap layanan Ngodoe Cafe pentingnya atribut tersebut; fasilitas lengkap, sumber daya manusia yang kompeten, suasana nyaman, jaringan nirkabel, gedung, pelatihan karyawan, keberagaman koki dan membuat menu dipesan dengan standar kualitas dan peralatan yang telah tersedia, pelanggan menikmati makanan dan minuman yang telah dipesan, jumlah pelayan, fasilitas tersedia, kompetensi karyawan dan pelayan Ngodoe Cafe.

Dengan melihat hasil QFD 4-fase (Quality Function Deployment), dapat ditentukan bahwa alternatif untuk peningkatan kualitas Ngodoe adalah pada pelayan yang kompeten, rencana peningkatan fasilitas, rencana perbaikan fasilitas, perbaikan lay out, peningkatan kualitas menu , desain infrastruktur jaringan.

2. Zuleyhan Baran, Mahmet Selami Yildiz, PhD (2015) tentang *Quality Function Deployment and Application on a Fast Food Restaurant*.

Meskipun pada objek yang berbeda, masih bisa mendapatkan berbagai faktor untuk meningkatkan kualitas layanan. Dalam penelitian ini, aplikasi QFD dilakukan pada restoran cepat saji untuk membuat penilaian yang tergantung pada kompetitor sejenis dan untuk menemukan persyaratan yang sesuai dengan permintaan pelanggan saat ini.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa tingkat kepentingan pelanggan untuk produk dan layanan di dalam HOQ, adalah sebagai berikut:

- Untuk produk: produk yang berkualitas dan sehat ditetapkan sebagai masalah terpenting oleh pelanggan.
- Untuk layanan: peralatan yang bermanfaat (wastafel, dll.), cara melayani pelanggan, waktu layanan, dan hubungan pelanggan ditetapkan sebagai masalah yang paling penting oleh pelanggan.

Sedangkan respon teknis yang paling diperhatikan yaitu staff, pelatihan karyawan dan sistem keamanan makanan. Untuk memenuhi permintaan pelanggan dalam lingkup produk sehat; kualitas bahan yang digunakan dalam penyediaan produk, layanan, dan pemasok harus diperiksa secara berkala. Untuk peralatan yang bermanfaat tentang permintaan pelanggan; dapat dipenuhi dengan memeriksa secara berkala setelah awal shift, terutama sabun cuci piring yang menjadi peralatan toilet, alat pengering tangan. Tentang hubungan pelanggan; perlu diingat bahwa orang yang menyediakan komunikasi

pertama dan terakhir dengan pelanggan adalah personel layanan, orang yang dapat mengubah semua persepsi pelanggan tentang karakteristik produk dan layanan juga personel layanan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Konsep Kualitas

Menurut Tony Wijaya (2018), kualitas barang dan jasa didefinisikan sebagai keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa menurut pemasaran, rekayasa, produksi, maupun pemeliharaan yang menjadikan barang dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.

Menurut *the American Society of Quality Control* yang dikutip oleh Nursya'bani (2006), kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau layanan menyangkut kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau yang bersifat laten.

2.2.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2000:25), kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.

Menurut Tjiptono (2001), kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut Suwithi dalam Anwar (2002:84), kualitas pelayanan adalah mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan standar prosedur pelayanan.

2.2.3 Kepuasan Pelanggan

Zulian Yamit (2005: 78), kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Dalam konsep kepuasan konsumen, terdapat dua elemen yang mempengaruhi yaitu harapan dan kinerja.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dengan harapannya (Umar, 2005:65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya akan menjadi pelanggan yang loyal dan akan merekomendasikannya kepada orang lain.

Namun, jika produk atau jasa yang diberikan jauh dibawah harapan pelanggan maka pelanggan kecewa dan bahkan mereka tidak menggunakan produk dan jasa tersebut. Sehingga pelanggan akan lebih memilih merek produk atau jasa lainnya yang dapat melebihi harapan pelanggan.

2.2.4 QFD (*Quality Function Deployment*)

Quality Function Deployment (QFD) diperkenalkan pertama kali oleh Shigeru Mizuno dan Yogi Akao dari the Tokyo Institute of Technology

tahun 1960-an. QFD merupakan alat perencanaan produk yang memfokuskan secara khusus pada kebutuhan dan harapan konsumen. QFD merupakan suatu pendekatan sistematis yang menentukan tuntutan atau permintaan konsumen dan menterjemahkan tuntutan konsumen ke dalam disain teknis, pemanufakturan, dan perencanaan produksi dengan tepat (Nursya'bani, 2006)

Menurut Tony Wijaya (2011), QFD adalah alat yang berfungsi menerjemahkan harapan dan keinginan pelanggan ke dalam suatu produk. QFD dapat menghubungkan semua atribut produk dengan kebutuhan pelanggan dan menjamin produk tersebut mampu memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Cohen (1995), QFD adalah salah satu metodologi terstruktur yang digunakan dalam proses perancangan dan pengembangan produk untuk menetapkan spesifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mengevaluasi secara sistematis kapabilitas produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Fokus utama QFD adalah melibatkan konsumen pada proses pengembangan produk sedini mungkin. QFD merupakan praktek untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan konsumen. QFD menterjemahkan apa yang dibutuhkan konsumen menjadi produk yang dihasilkan organisasi (Nursya'bani, 2006).

Ada beberapa manfaat yang diperoleh dari QFD bagi organisasi yang berusaha meningkatkan daya saingnya melalui perbaikan kualitas dan

produktivitasnya secara berkesinambungan. Manfaat-manfaat tersebut antara lain (Nursya'bani, 2006)

1. Fokus pada konsumen

QFD memerlukan pengumpulan input dan umpan balik dari konsumen. Informasi tersebut kemudian diterjemahkan ke dalam serangkaian persyaratan konsumen yang spesifik.

2. Efisiensi waktu

QFD bisa mengurangi waktu pengembangan produk karena memfokuskan pada persyaratan-persyaratan yang spesifik dan telah teridentifikasi dengan jelas.

3. Orientasi kerjasama tim

QFD merupakan kerjasama tim. Semua keputusan dalam proses didasarkan pada consensus dan dicapai melalui diskusi mendalam dan brainstorming.

4. Orientasi pada dokumentasi

Salah satu produk yang dihasilkan proses QFD adalah dokumen komprehensif mengenai semua data yang berhubungan dengan segala proses yang ada dan dibandingkan dengan persyaratan konsumen.

Menurut Tjiptono dan Diana (2002), terdapat beberapa alat yang digunakan dalam melaksanakan proses QFD yang terdiri dari 4 macam, yaitu:

- Diagram Afinitas

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

- Interrelationship Diagram

Diagram afinitas mengidentifikasi isu dan ide yang berkaitan dengan sasaran atau masalah yang spesifik. Interrelationship Diagram digunakan untuk menjelaskan hubungan sebab akibat antara berbagai ide yang tercatat dalam diagram afinitas.

- Tree Diagram

Tree diagram menggambarkan tugas-tugas yang perlu dilaksanakan agar dapat memecahkan masalah yang akan dihadapi.

- Diagram Matriks

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

2.2.5 HOQ (*House Of Quality*)

Alat yang digunakan untuk menggunakan struktur QFD yaitu dengan matrik yang berbentuk rumah, atau yang sering disebut sebagai

house of quality. Menurut Tjiptono F dan A. Diana (2001), mendefinisikan *house of quality* sebagai suatu teknik untuk mendefinisikan hubungan antara keinginan konsumen ke dalam atribut-atribut barang dan jasa. Bentuk dan keterangan dari setiap bagian matrik *house of quality* tampak pada gambar 2.1 yaitu:

Bagian 1 terdiri dari sejumlah kebutuhan dan keinginan konsumen yang di peroleh dari penelitian pasar.

Bagian 2 terdiri dari tiga jenis informasi:

- a. Bobot kepentingan kebutuhan konsumen
- b. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap bentuk produk atau jasa
- c. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa dari perusahaan pesaing.

Bagian 3 berisi persyaratan-persyaratan teknis untuk produk atau jasa baru yang akan dikembangkan.

Bagian 4 terdiri dari penelitian manajemen mengenai kekuatan hubungan antara elemen-elemen yang terdapat pada bagian persyaratan teknis terhadap kebutuhan konsumen yang dipengaruhinya.

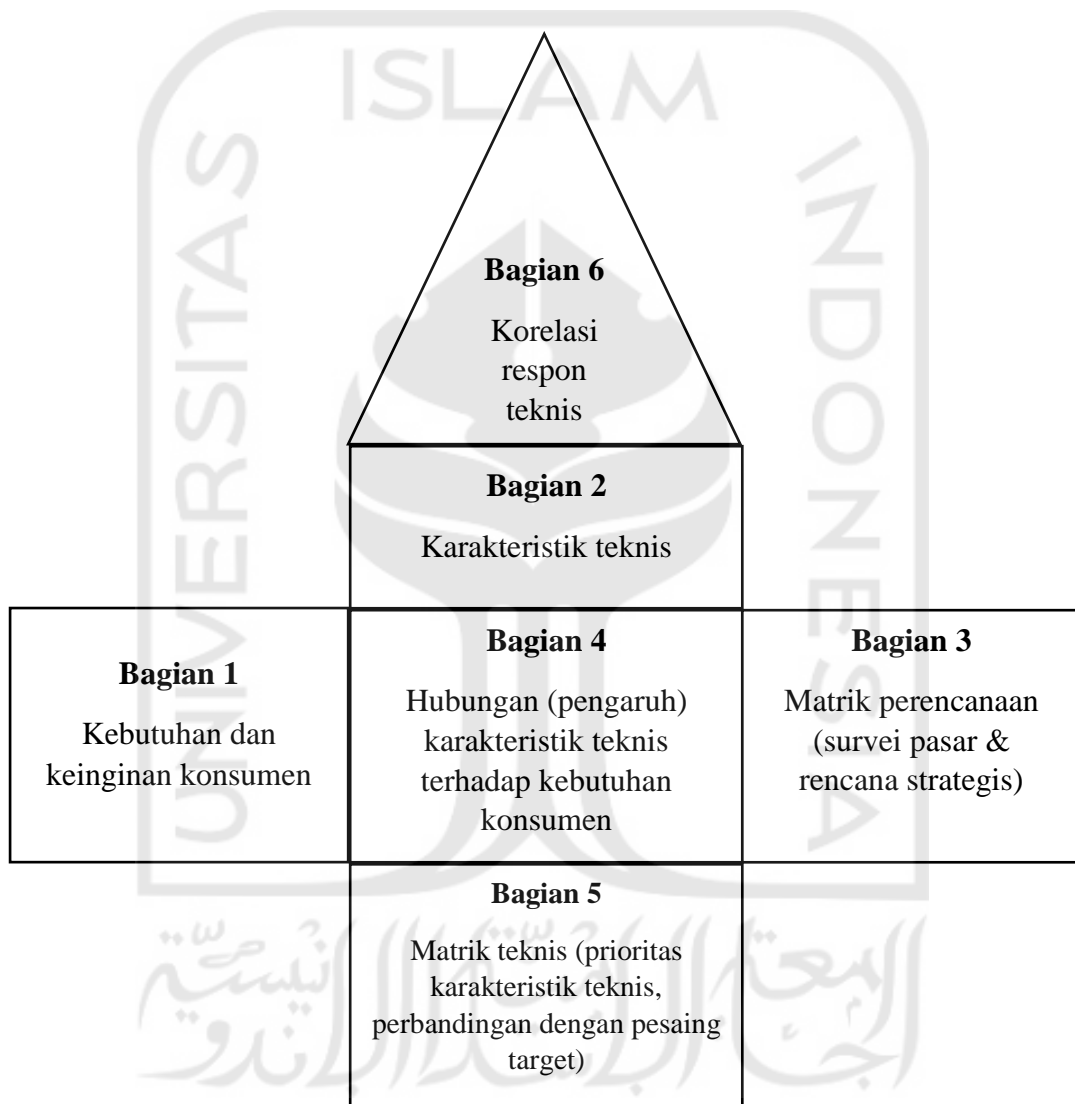
Bagian 5 menunjukkan korelasi antara persyaratan teknis yang satu dengan persyaratan-persyaratan yang lain yang terdapat pada bagian 3.

Bagian 6 terdiri dari tiga jenis informasi:

- a. Urutan tingkat kepentingan (ranking) persyaratan teknis.

- b. Informasi untuk membandingkan kinerja teknis produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan terhadap kinerja produk atau jasa pesaing
- c. Target kinerja persyaratan teknis produk atau jasa yang baru dikembangkan.





Gambar 2.1

House of Quality

(Tony Wijaya, 2018)