

**PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN KONSUMEN DAN FASILITAS PADA PERUSAHAAN SUARASA COFFEE DENGAN MENGGUNAKAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD) GUNA MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN**

***IMPROVING THE QUALITY OF CONSUMER SERVICES AND FACILITIES IN SUARASA COFFEE COMPANIES USING THE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT METHOD TO IMPROVE CONSUMER SATISFACTION***

Ega Rivangga Hantoro<sup>1</sup>, Ir. Budi Praptono, M.M.<sup>2</sup>, Ir. Rosad Ma'ali El Hadi, M,PD.,M,T.<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

<sup>1</sup>[egarivangga@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:egarivangga@student.telkomuniversity.ac.id), [budipraptono@telkomuniversity.ac.id](mailto:budipraptono@telkomuniversity.ac.id),  
[rosadm@telkomuniversity.ac.id](mailto:rosadm@telkomuniversity.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstrak**

Perusahaan Suarasa Coffee berdiri pada tanggal 21 April 2018 yang terletak di Jalan Karawitan No. 40, Bandung. Perusahaan Suarasa Coffee mengalami penurunan penjualan yang signifikan pada 5 bulan terakhir yaitu pada bulan Maret 2019 sampai dengan bulan Agustus 2019, dengan penjualan yang tidak memenuhi target tersebut, Perusahaan Suarasa Coffee perlu melakukan strategi baru demi meningkatkan penjualan agar dapat mencapai target yang sudah ditentukan. Pada saat ini konsumen merasakan ketidakpuasan dalam hal pelayanan serta fasilitas yang diberikan oleh Perusahaan Suarasa Coffee, dengan diperkuatnya oleh Voice of Customer (VOC), Perusahaan Suarasa Coffee perlu memperbaiki pelayanan dan fasilitas agar kebutuhan konsumen dapat terpuaskan, dan juga agar dapat bersaing dan melakukan ekspansi pasar.

Metode Quality Function Deployment QFD merupakan salah satu teknik yang dapat menterjemahkan kebutuhan pelanggan ke dalam karakteristik produk dan mempertimbangkan kemampuan dari Perusahaan Saurasa Coffee untuk mewujudkannya. Metode QFD ini dipilih karena berbasis pada kebutuhan dan keinginan konsumen yang berfungsi sebagai alat ukur kualitas untuk melakukan perbaikan, sehingga langkah strategis yang akan dihasilkan dari penelitian ini akan memberikan kepuasan pelanggan.

Hasil dari penelitian ini, diperoleh 15 atribut kebutuhan yang merupakan kebutuhan konsumen terkait pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh Perusahaan Suarasa Coffee, dari atribut tersebut diidentifikasi terdapat 10 prioritas karakteristik teknis dan terdapat 10 critical part . Rekomendasi yang diberikan pada penelitian ini adalah membuat jadwal siklus pengecekan fasilitas menjadi 3 kali/hari, menambahkan 1 jenis fasilitas yang harus di cek secara berkala yaitu lahan parkir, menambahkan 8 kursi, menambahkan 2 meja, menaikkan kecepatan internet menjadi 10 mbps, membuat menu baru, menekan waktu pembuatan produk menjadi 3 menit, dan menekan waktu penyajian produk menjadi 2 menit.

**Kata Kunci :** QFD, HOQ, VOC, *Part Deployment*, *Critical Part*

**Abstract**

*Suarasa Coffee Company was established on April 21, 2018 which is located at Jalan Karawitan No. 40, Bandung. Suarasa Coffee Company has experienced a significant decline in sales in the last 5 months, namely from March 2019 to August 2019, with sales that do not meet the target, Suarasa Coffee Company needs to adopt a new strategy to increase sales in order to reach the specified target. At this time consumers feel dissatisfaction in terms of services and facilities provided by the Suarasa Coffee Company, with the strengthening of the Voice of Customer (VOC), the Suarasa Coffee Company needs to improve services and facilities so that consumer needs can be satisfied, and also to be able to compete and expand market.*

*QFD Quality Function Deployment Method is one technique that can translate customer needs into product characteristics and consider the ability of Saurasa Coffee Company to make it happen. This QFD method was chosen because it is based on the needs and desires of consumers who function as a quality measurement tool to make improvements, so that the strategic steps that will result from this research will provide customer satisfaction.*

*The results of this study, obtained 15 attributes of needs which are the needs of consumers related to the services and facilities provided by the Suarasa Coffee Company, from these attributes identified 10 priority technical characteristics and 10 critical parts. Recommendations given in this study are to make a facility checking cycle schedule 3 times / day, add 1 type of facility that*

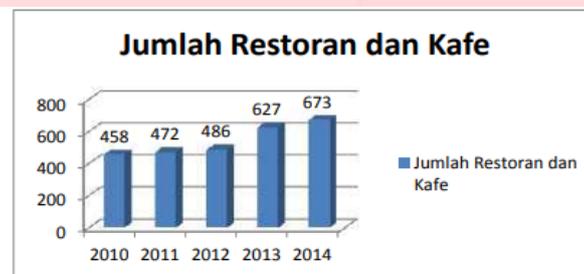
*must be checked periodically namely parking lots, add 8 chairs, add 2 tables, increase internet speed to 10 mbps, create a new menu , pressing the product manufacturing time to 3 minutes, and pressing the product presentation time to 2 minutes.*

**Keywords:** QFD, HOQ, VOC, Part Deployment, Critical Part

## I. Pendahuluan

Seiring dengan meningkatnya mobilitas dan gaya hidup moderen khususnya di kota-kota besar di Indonesia, pertumbuhan *coffee shop* pun menjadi cukup pesat. *Coffee shop* dapat menjadi tempat pertemuan dengan rekan bisnis, arisan, bahkan tempat diskusi kawula muda. Bahkan, *coffee shop* menjadi identitas eksistensi dan simbol prestise bagi masyarakat bisnis. Maka dari itu banyak dari pengusaha bisnis yang beralih ke bisnis kuliner pada tepatnya *coffee shop* dikarenakan melihat peningkatan omzet dan pangsa pasar yang luas. Banyaknya pelaku bisnis yang bermain di kuliner khususnya *coffee shop* kopi bukan berarti bisnis ini tidak prospek untuk dijalankan. Dapat kita lihat pada gambar grafik di bawah ini, perkembangan jumlah *cafe/ke*dai kopi yang diambil dari dinas pariwisata dan kebudayaan, 2010 sampai 2014 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Perkembangan Kafe di Kota Bandung



Gambar 1 Pendapatan Suarasa Coffee

No	Tahun	Bulan	Produk Terjual/gelas
1	2018	AGUSTUS	1373
2		SEPTEMBER	1478
3		OKTOBER	1285
4		NOVEMBER	1266
5		DESEMBER	1293
6	2019	JANUARI	1319
7		FEBRUARI	1328
8		MARET	1321
9		APRIL	1294
10		MEI	1277
11		JUNI	1272
12		JULI	1243

Kualitas produk dan pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau pelayanan yang diterimanya, konsumen akan membandingkan produk dan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama (Tjiptono, 2004). Maka Perusahaan Suarasa Coffee akan melakukan perbaikan kualitas pelayanan dan fasilitas untuk meningkatkan kepuasan konsumen serta meningkatkan penjualan.

## II. Tinjauan Pustaka

### II.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan ialah keseluruhan ciri-ciri serta karakteristik- karakteristik dari suatu produk dan jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. Apabila pelayanan yang diterima dan dirasakan sudah sesuai dengan yang diharapkan, maka dari itu kualitas dipersepsikan baik dan dapat memuaskan konsumen (Luupioyadi, 2010)

## II.2 Kepuasan Konsumen

kepuasan konsumen dipengaruhi oleh keadilan yang dirasakan, harapan yang dibuat oleh konsumen dan pelaksanaan aktual dari pelayanan. Kepuasan juga dapat dipengaruhi oleh penerimaan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Ada beberapa konsumen yang layak untuk mendapatkan perlakuan khusus kepada pelayanan dibandingkan dengan konsumen lainnya (Mowen & Michael, 2002).

## II.3 *Quality Function Deployment*

QFD didefinisikan sebagai suatu proses atau mekanisme yang terstruktur untuk menentukan kebutuhan konsumen dan menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan itu ke dalam spesifikasi kebutuhan teknis yang relevan, dimana masing-masing area fungsional serta tingkat organisasi dapat mengerti dan bertindak. QFD juga mencakup pemantauan serta pengendalian yang tepat dari proses manufaktur (Gaspersz, 2006).

## II.4 *House of Quality (HOQ)*

Rumah kualitas atau yang disebut juga *House of Quality (HOQ)* merupakan tahap pertama didalam penerapan metodologi QFD. Secara garis besar matriks ini ialah upaya untuk mengkonversi voice of customer secara langsung kepada Karakteristik teknis atau spesifikasi teknis dari sebuah produk (barang dan jasa) yang dihasilkan. Perusahaan akan berusaha mencapai karakteristik teknis yang sesuai dengan target yang telah ditetapkan, yang sebelumnya melakukan benchmarking terhadap produk pesaing.

## II.5 *Technical Competitive Benchmarking*

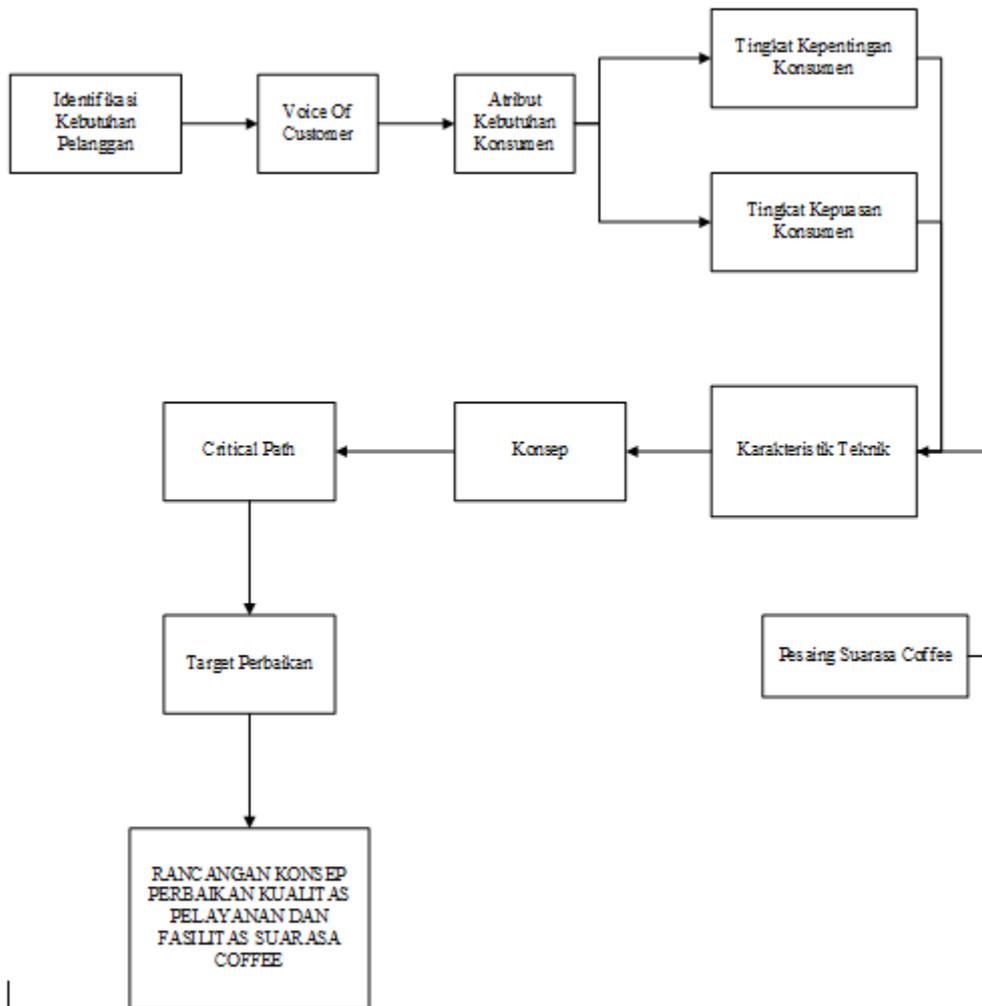
Proses pengukuran yang sistematis dan berkesinambungan. Sebagai suatu strategi, benchmarking diharapkan dapat mengidentifikasi kunci sukses untuk bidang yang diteliti, memberikan target kuantitatif untuk sasaran dan membantu perusahaan untuk membangun budaya yang memungkinkan terjadinya perubahan, adaptasi, dan penyempurnaan secara terus-menerus pada setiap aspek atau bidang yang menjadi kelemahan dan tertinggal dari perusahaan lain. (Watson, 1997)

## III. PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

### III.1 Model Konseptual

konsumen terhadap perusahaan Suarasa Coffee. Perancangan perbaikan untuk pelayanan dan fasilitas yang dapat memuaskan konsumen akan didapat dengan melakukan langkah awal dalam pengumpulan data yaitu dengan cara metode wawancara, dimana kita mencari responden yang akan menjadi sumber data. Responden tersebut adalah konsumen yang sedang melakukan transaksi dengan perusahaan Suarasa Coffee. Selanjutnya, hasil dari wawancara responden mengenai pelayanan dan fasilitas yang diterima sebagai *Voice Of Customer (VOC)* yang dimana akan menjadi atribut untuk kebutuhan konsumen. Konsumen akan memberikan nilai kepuasan dan kepentingan dari atribut kebutuhan melalui kuesioner yang nantinya akan mendapatkan karakteristik teknis, serta melakukan *technical competitive benchmarking* kepada pesaing, agar mendapatkan critical part yang dimana menjadi focus untuk perbaikan pelayanan dan fasilitas pada perusahaan Suarasa Coffee.

Gambar 2 Model Konseptual



### III.2 Pengumpulan Data

#### III.2.1 Voice of Customer

Keluhan yang sangat bervariasi tersebut berpengaruh terhadap penurunan jumlah konsumen dapat kita lihat dari data rata-rata penjualan produk per gelas selama 12 bulan terakhir. Maka dari itu perusahaan harus bisa memperbaiki pelayanan dan fasilitas agar kebutuhan konsumen dapat tercapai dan terpuaskan, yang dapat menaikkan jumlah penjualan.

Tabel 2 Voice of Customer

NO	Kategori Keluhan	Jumlah Setuju
1	Pelayanan menangani konsumen sesuai kebutuhan	16
2	Kepercayaan diri karyawan dalam melakukan pelayanan	2
3	Kesigapan dan daya tanggap pelayan dalam memenuhi	19
4	Kecepatan waktu penyajian	20
5	Menjelaskan ataupun memberikan informasi yang dibutuhkan	18
6	Kepedulian terhadap masalah yang dialami pelanggan	4
7	Kesopanan dan keramahan karyawan dalam melayani	20
8	Akses internet wifi	20
9	Ketepatan penyajian menu	18
10	Ketepatan Rasa Yang disajikan	2
11	Ukuran lahan parkir	19
12	Pengetahuan karyawan terhadap menu ataupun produk yang ditawarkan	18
13	Ketersediaan meja dan bangku yang cukup	19
14	Kebersihan tempat usaha	19
15	Varian Menu	18
16	Kebersihan Produk	5

Dari hasil wawancara konsumen, banyak konsumen yang setuju untuk dilakukannya perbaikan pelayanan dan fasilitas, yang dikarenakan pengalaman konsumen yang pernah kecewa atas pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh Suarasa Coffee, perbaikan pelayanan dan fasilitas yang paling banyak di setuju yaitu, kecepatan waktu penyajian, kesopanan dan keramahan karyawan dalam melayani, dan akses iinternet.

### III.2.2 Analisis Kuesioner SERVQUAL

*Voice of Customer* yang telah didapatkan diubah menjadi bahasa kuesioner dengan menggunakan metode SERVQUAL dengan 5 dimensi yaitu *Tangible*, *Responsiveness*, *Emphaty*, *Assurance*, dan *Reliability*

Tabel 3 Pengelompokan Atribut Kebutuhan

NO	DIMENSI SERVQUAL	ATRIBUT KEBUTUHAN
1	<i>Tangible</i>	Ukuran Lahan parkir yang tersedia
		Ketersediaan Meja dan Kursi untuk konsumen menikmati makan dan minum ditempat
		Ketersediaan fasilitas internet
		Kebersihan Outlet Penjualan
2	<i>Responsiveness</i>	Produk yang disajikan sesuai dengan pesanan konsumen
		Respon karyawan dalam melayani konsumen
		Mendengarkan dan merespon dengan baik keluhan yang disampaikan konsumen
3	<i>Emphaty</i>	Kesopanan karyawan dalam bertutur kata kepada konsumen
		Keramahan karyawan dalam melayani konsumen
4	<i>Assurance</i>	Tingkat keseimbangan rasa
		Kebersihan produk yang disajikan untuk konsumen
		Pilihan menu yang bervariasi
5	<i>Reliability</i>	Kecepatan dalam penyajian produk
		Cara karyawan menjelaskan produk dan rasa yang tersedia
		Cara karyawan mempromosikan produk baru dari menu

Dapat dilihat, dengan 5 dimensi SERVQUAL diolah menjadi bahasa kuesioner menghasilkan 15 atribut kebutuhan yang akan di sebar kepada 96 konsumen yang telah bertransaksi pada Suarasa Coffee, demi mendapatkan nilai kepentingan dan kepuasan, tingkat yang diberikan ada 5 yaitu sangat tidak puas, tidak puas, cukup, puas, dan sangat puas.

### III.3 Pengolahan Data

#### III.3.1 Analisis WAP

Fungsi dari WAP (*Weight Average Performance*) adalah untuk mengetahui bobot kepentingan serta kepuasan konsumen

Tabel 4 *Weight average Performance*

WAP PERUSAHAAN SUARASA COFFEE		
Kuesioner Ke-	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepuasan
V1	4.09	3.5
V2	4.29	3.7
V3	3.55	3.21
V4	4.49	4.19
V5	4.26	4.23
V6	4.2	4.04
V7	3.91	3.96
V8	3.8	3.79
V9	4.23	4.21
V10	3.36	3.33
V11	4.03	3.96
V12	4.27	4.15
V13	4.03	3.96
V14	3.48	3.44
V15	4.03	4.04

Berdasarkan table diatas, tiap atribut kebutuhan memiliki bobot nilai tersendiri, bobot nilai tertinggi yaitu Tingkat kepentingan V4, dengan bobot 4.29, dan tingkat kepuasan V5 dengan bobot 4.23

### III.3.2 Analisis Goal

Tahapan ini merupakan analisis terhadap goal atau target yang dimana dijadikan sebagai perbaikan inerja dari masing-masing atribut kebutuhan yang berguna untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pelayanan serta fasilitas yang diberikan perusahaan.

Tabel 5 *Goal*

NO	Needs Statement	Customer Satisfaction Performance	Importance to Customer	Goal
1	Ukuran Lahan parkir yang tersedia	3.50	4.09	4.12
2	Ketersediaan Meja dan Kursi untuk konsumen menikmati makan dan minum ditempat	3.70	4.29	4.46
3	Ketersediaan fasilitas internet	3.21	3.55	4.54
4	Kebersihan Outlet Penjualan	4.19	4.49	4.79
5	Produk yang disajikan sesuai dengan pesanan konsumen	4.23	4.26	4.30
6	Respon karyawan dalam melayani konsumen	4.04	4.20	4.38
7	Mendengarkan dan merespon dengan baik keluhan yang disampaikan konsumen	3.96	3.91	4.42
8	Kesopanan karyawan dalam bertutur kata kepada konsumen	3.79	3.80	4.44
9	Keramahan karyawan dalam melayani konsumen	4.21	4.23	4.44
10	Tingkat keseimbangan rasa	3.33	3.36	4.22
11	Kebersihan produk yang disajikan untuk konsumen	3.96	4.03	4.40
12	Pilihan menu yang bervariasi	4.15	4.27	4.45
13	Kecepatan dalam penyajian produk	3.96	4.03	4.1
14	Cara karyawan menjelaskan produk dan rasa yang tersedia	3.44	3.48	4.39
15	Cara karyawan mempromosikan produk baru dari menu	4.04	4.03	4.55

Hal ini menunjukkan bahwa ada 15 atribut kebutuhan yang belum mencapai tingkat kepuasan bagi konsumen pada perusahaan Suarasa Coffee. Sehingga perlu diadakan perbaikan terhadap 15 atribut tersebut pada target yang di harapkan.

### III.3.3 Analisis *Improvement Ratio*

*Improvement Ratio* bertujuan untuk perbaikan rasio terhadap nilai yang harus dicapai oleh perusahaan Suarasa Coffee terhadap target yang di harapkan. Performansi dari setiap atribut akan menyesuaikan dengan nilai tingkat kepuasan dan nilai *goal*.

Tabel 6 Urutan Nilai *Improvement Ratio*

NO	Needs Statement	<i>Imrovement Ratio</i>
1	Ketersediaan fasilitas internet	1.42
2	Cara karyawan menjelaskan produk dan rasa yang tersedia	1.28
3	Tingkat keseimbangan rasa	1.27
4	Ketersediaan Meja dan Kursi untuk konsumen menikmati makan dan minum ditempat	1.21
5	Ukuran Lahan parkir yang tersedia	1.18
6	Kesopanan karyawan dalam bertutur kata kepada konsumen	1.17
7	Kebersihan Outlet Penjualan	1.14
8	Cara karyawan mempromosikan produk baru dari menu	1.13
9	Mendengarkan dan merespon dengan baik keluhan yang disampaikan konsumen	1.12
10	Kebersihan produk yang disajikan untuk konsumen	1.11
11	Respon karyawan dalam melayani konsumen	1.08
12	Pilihan menu yang bervariasi	1.07
13	Keramahan karyawan dalam melayani konsumen	1.06
14	Kecepatan dalam penyajian produk	1.04
15	Produk yang disajikan sesuai dengan pesanan konsumen	1.02

Berdasarkan Tabel 6 terdapat 15 atribut kebutuhan yang memiliki nilai lebih dari 1, maka atriut tersebut perlu diadakannya perbaikan guna meningkatkan kepuasan kosumen.

### III.3.4 Analisis *Sales Point*

*Sales point* bertujuan untuk mengetahui besar atau kecilnya pengaruh atribut kebutuhn terhadap pnjualan dan daya jual dari perusahaan. Nilai *sales point* dipertimbangkan dari nilai tingkap kepentingan pada masing-masing atribut. Apabila nilai bobot sales point 1, terpenuhi atau tidaknya sebuah atribut yang termasuk dalam kategori ini, tidak dijadikan pertimbangan bagi konsumen dalam proses bertransaksi. Sehingga penjualan dan daya jualnya rendah. Apabila nilai bobot sales point 1.2, maka penjualan dan nilai jualnya sedang. Sedangkan pada saat nilai bobot sales point 1.5, maka penjualan dan nilai jualnya akan tinggi

### III.3.5 Analisis Tingkat Kesulitan Setiap Karakteristik Teknis

Tingkat kesulitan ini menjelaskan sejauh mana kemampuan perusahaan untuk melakukan perbaikan dan pengembangan terhadap setiap karakteristik teknis. Semakin tinggi nilai yang diberikan maka akan semakin sulit karakteristik teknis tersebut.

Tabel 7 Tingkat Kepuasan Setiap Karakteristik Teknis

No	Karakteristik Teknis	Direction of Goodness	Tingkat Kesulitan
1	Standar Kebutuhan parkir	MTB	4
2	Standar fasilitas usaha	MTB	3
3	Jumlah orang yang dapat ditampung	MTB	3
4	Kecepatan internet	MTB	3
5	Standar <i>hygene</i> sanitasi tempat usaha	MTB	3
6	Standar pengelolaan fasilitas	MTB	3
7	Prosedur penyajian produk	TB	2
8	Standar penyajian produk	TB	2
9	Standar pelayanan	MTB	3
10	Kualifikasi SDM	MTB	4
11	Penyediaan sarana <i>Customer Service</i>	MTB	2
12	Standar keseimbangan rasa	TB	2
13	Standar <i>hygene</i> sanitasi produk	MTB	2
14	Standar bahan baku	TB	3
15	Standar jumlah minimal menu	MTB	1
16	Standar waktu penyajian produk	LTB	3
17	Standar waktu pembuatan produk	LTB	3
18	prosedur penjelasan produk	MTB	2
19	Media untuk memberikan informasi kepada konsumen	MTB	2
20	Prosedur promosi produk baru	MTB	3

### III.3.6 Analisis Nilai Kontribusi dan Nilai Normalisasi

Perhitungan nilai kontribusi ini bertujuan untuk prioritas Karakteristik yang akan dilakukan pengembangan. Pengembangan ini dapat menjadi dasar perbaikan kualitas pelayanan dan fasilitas perusahaan Suarasa Coffee.

Tabel 8 *Ranking* nilai kontribusi dan normalisasi setiap Karakteristik Teknis

No	Karakteristik Teknis	Nilai Kontribusi	Nilai Normalisasi
1	Kualifikasi SDM	4.02	0.12
2	Standar pelayanan	3.89	0.12
3	prosedur penjelasan produk	3.07	0.1
4	Media untuk memberikan informasi kepada konsumen	2.22	0.07
5	Standar fasilitas usaha	2.17	0.07
6	Prosedur penyajian produk	1.94	0.06
7	Prosedur promosi produk baru	1.62	0.05
8	Jumlah orang yang dapat ditampung	1.49	0.05
9	Standar penyajian produk	1.53	0.05
10	Kecepatan internet	1.34	0.04
11	Standar pengelolaan fasilitas	1.36	0.04
12	Standar <i>hygene</i> sanitasi tempat usaha	1.15	0.04
13	Standar Kebutuhan parkir	0.98	0.03
14	Standar jumlah minimal menu	0.9	0.03
15	Penyediaan sarana <i>Customer Service</i>	0.89	0.03
16	Standar waktu penyajian produk	0.86	0.03
17	Standar waktu pembuatan produk	0.86	0.03
18	Standar <i>hygene</i> sanitasi produk	0.82	0.03
19	Standar bahan baku	0.61	0.02
20	Standar keseimbangan rasa	0.61	0.02

### III.3.7 Analisis *Technical Competitive Benchmarking* Karakteristik Teknis

*Technical competitive benchmarking* bertujuan untuk membandingkan kinerja karakteristik teknis pada perusahaan Suarasa Coffee dengan karakteristik pesaing yaitu perusahaan Retro Coffee. Hasil dari *benchmarking* dengan pesaing dijadikan untuk pertimbangan pengembangan dari karakteristik teknis.

Tabel 9 *Technical Competitive Benchmarking* Karakteristik Teknis

No	Karakteristik Teknis	Satuan	Eksisting (Suarasa Coffee)	Pesaing (Retro Coffee)	Target
1	Standar Kebutuhan parkir	m	4,7 x 3	4,7 x 3	Optimal
2	Standar fasilitas usaha	Elemen	4	5	5
3	Jumlah orang yang dapat ditampung	Orang	32	40	40
4	Kecepatan internet	Mbps	2	10	10
5	Standar <i>hygiene</i> sanitasi tempat usaha	Elemen	5	5	5
6	Standar pengelolaan fasilitas	Elemen	3	4	4
7	Prosedur penyajian produk	elemen	4	4	Optimal
8	Standar penyajian produk	Binary	Ya	Ya	Optimal
9	Standar pelayanan	Elemen	4	4	Optimal
10	Kualifikasi SDM	Elemen	4	4	Optimal
11	Penyediaan sarana <i>Customer Service</i>	Elemen	1	2	2
12	Standar keseimbangan rasa	cc	Ya	Ya	Optimal
13	Standar <i>hygiene</i> sanitasi produk	Elemen	Ya	Ya	Optimal
14	Standar bahan baku	Elemen	Ya	Ya	Optimal
15	Standar jumlah minimal menu	Buah	10	12	12
16	Standar waktu penyajian produk	Menit	3	2	2
17	Standar waktu pembuatan produk	Menit	4	3	3
18	prosedur penjelasan produk	Binary	Ya	-	Ya
19	Media untuk memberikan informasi kepada konsumen	Media	Ya	Ya	Optimal
20	Prosedur promosi produk baru	Binary	Ya	Ya	Optimal

### III.3.8 Analisis Part Deployment

Part Deployment merupakan QFD iterasi kedua. Pada Part Deployment ini berisikan critical part yang didapatkan dari hasil pemecahan karakteristik teknis pada QFD iterasi pertama.

### III.3.9 Analisis Critical Part

Hasil dari pemecahan karakteristik teknis pada QFD iterasi pertama adalah critical part. Critical part ditentukan dengan berdiskusi bersama manajemen serta pimpinan perusahaan Suarasa Coffe.

### III.3.10 Analisis Nilai Kontribusi dan Normalisasi Critical Part

Perhitungan nilai kontribusi ini bertujuan untuk prioritas *critical part* yang akan dilakukan pengembangan. Pengembangan ini dapat menjadi dasar perbaikan kualitas pelayanan dan fasilitas perusahaan Suarasa Coffee.

Tabel 10 Nilai kontribusi dan normalisasi *Critical Part*

No	<i>Critical Part</i>	Kontribusi	Normalisasi Kontribusi
1	Rincian fasilitas yang harus dicek	1.27	0.14
2	Jumlah meja minimal	0.84	0.09
3	Jumlah kursi minimal	0.84	0.09
4	Jumlah minimal orang yang dapat ditampung	0.84	0.09
5	Penambahan menu baru	0.84	0.09
6	Rata-rata kecepatan internet	0.79	0.09
7	Jadwal siklus pengecekan fasilitas	0.79	0.09
8	Tahapan prosedur penjelasan	0.76	0.08
9	Biaya yang dikeluarkan untuk pemasangan internet	0.56	0.06
10	Penetapan waktu penyajian	0.58	0.06
11	Penetapan waktu pembuatan	0.58	0.06
12	Jenis media yang digunakan	0.26	0.03
13	Jenis sarana <i>customer servic</i>	0.06	0.01

### III.3.11 Analisis *Technical Competitive Benchmarking Critical Part*

*Technical competitive benchmarking* bertujuan untuk membandingkan kinerja karakteristik teknis pada perusahaan Suarasa Coffee dengan *critical part* pesaing yaitu perusahaan Retro Coffee. Hasil dari *benchmarking* dengan pesaing dijadikan untuk pertimbangan pengembangan dari *critical part*. *critical part* yang belum terpenuhi menjadi rekomendasi perbaikan kualitas pelayanan dan fasilitas perusahaan Suarasa Coffee.

Tabel 11 *Technical Competitive Benchmarking Critical Part*

No	Karakteristik Teknis	Satuan	Eksisting (Suarasa Coffee)	Pesaing (Retro Coffee)	Target
1	Jumlah meja minimal	Buah	8	10	10
2	Jumlah kursi minimal	Buah	32	40	40
3	Jumlah minimal orang yang dapat ditampung	Orang	32	40	40
4	Rata-rata kecepatan internet	Mbps	2	10	10
5	Biaya yang dikeluarkan untuk pemasangan internet	Rupiah	100,000	360,000	360,000
6	Jadwal siklus pengecekan fasilitas	/hari	2	3	3
7	Rincian fasilitas yang harus di cek	Jenis	4	5	5
8	Jenis sarana <i>customer service</i>	Sarana	2	2	Optimal
9	Penambahan menu baru	Jenis	-	3	3
10	Penetapan waktu penyajian	Menit	3	2	2
11	Penetapan waktu pembuatan	Menit	4	3	3
12	Tahapan prosedur penjelasan	Tahapan	4	4	Optimal
13	Jenis media yang digunakan	Media	2	2	Optimal

## IV. Kesimpulan dan Saran

### IV.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk merancang usulan perbaikan dan fasilitas Perusahaan Suarasa Coffee untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan memberikan rekomendasi akhir untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas Perusahaan Suarasa Coffee demi memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, terdapat 10 rancangan perbaikan yaitu :

1. Penjadwalan siklus pengecekan fasilitas dilakukan sebanyak 3 kali sehari, dengan 5 jenis fasilitas yang harus di cek yaitu :
  - a. Wifi
  - b. Kebersihan *outlet*
  - c. Bangku
  - d. Kursi
  - e. Lahan Parkir
2. Standarisasi waktu penyajian produk menjadi 2 menit, dengan cara karyawan sudah menyiapkan terlebih dahulu menyiapkan bahan untuk penyajian terlebih dahulu
3. Standarisasi waktu pembuatan produk menjadi 3 menit, dengan cara mengganti alat pembuat kopi, dari konvensional/manual menjadi otomatis
4. Penambahan menu baru sebanyak 2 buah yaitu Mint Lemonade, dan Dragon Lemonade
5. Menambahkan kecepatan internet sebesar 10 mbps
6. Penambahan kursi sebanyak 8 buah, dan meja sebanyak 2 buah agar mampu menampung kapasitas pengunjung Suarasa Coffee sebanyak 40 orang

### IV.2 Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan yaitu :

1. Bagi penelitian selanjutnya
  - a. Peneliti diharapkan memahami konsep dari karakteristik teknis dan *critical part* untuk memudahkan dalam mengidentifikasi karakteristik teknis dan *critical part*;
  - b. Pesaing atau perusahaan sejenis yang akan dijadikan sebagai pembanding jika memungkinkan lebih dari satu kompetitor dan memiliki secara keseluruhan yang lebih baik.
2. Bagi Perusahaan Suarasa Coffee  
Perusahaan Suarasa Coffee diharapkan dapat mengaplikasikan perumusan rekomendasi yang telah dibuat dalam penelitian ini yang bertujuan yaitu perbaikan kualitas pelayanan dan fasilitas, demi mencapai kepuasan konsumen serta meningkatkan penjualan.

## V. Daftar Pustaka

- Gaspersz, V. (2006). *Total Quality Management Untuk Praktisi Bisnis dan Industri*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Lupiyoadi, & Hamdani. (2010). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Mowen, J. C., & Michael, M. (2002). *Prilaku Konsumen (Vol. II)*. (D. K. Yahya, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, F. (2004). *Strategi Pemasaran (Satu ed.)*. Yogyakarta: Andi.
- Watson, G. (1997). *The benchmarking workbook: adapting best practices for performance improvement*, Productivity Press, Portland, OR, USA