

# Analisis Kebutuhan Konsumen Hotel Savero Dengan Metode *Quality Function Deployment* (QFD)

Sofiani <sup>a,1</sup>,

<sup>a</sup> Prodi Hospitality dan Pariwisata - Universitas Bunda Mulia Jakarta

<sup>1</sup> sofiani@bundamulia.ac.id

## ARTICLE INFO

## ABSTRACT

### Keywords

Customer Requirements

Quality Function Deployment (QFD)

*This research was conducted to see the needs of hotel consumers by using the Quality Function Deployment (QFD) method at Hotel Savero. The purpose of using QFD in this study is to see consumer needs (customer needs) and corrective action (technical characteristics). In addition, indicators of consumer perceptions and perceptions as well as the gap between expectations and consumer perceptions and whether there are significant differences between expectations and perceptions. The data were processed using Quality Function Deployment (QFD). The results showed that there was a negative gap between expectations and perceptions as well as a significant difference between expectations and consumer perceptions.*

## 1. Pendahuluan

### 1.1. Latar Belakang

Banyaknya hotel yang bermunculan jelas berdampak pada semakin ketatnya persaingan bisnis dalam industri ini. Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis perhotelan ini, pihak perusahaan diharuskan untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar bisa terus bertahan di dunia bisnis (Sholeh, 2013). Suara konsumen (*voice of costumers*) dapat di dengarkan pihak hotel dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) (Bramson, 2004).

Untuk menerjemahkan suara pelanggan kita dapat menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD). Dengan menggunakan *Quality Function Deployment*, perusahaan dapat mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen, dapat memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanan perusahaan sehingga konsumen merasakan kepuasan terhadap layanan perusahaan tersebut. Guna mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen, kemudian mengkonversikannya ke dalam strategi yang tepat serta produk dan proses yang dibutuhkan perusahaan dapat menggunakan QFD. Harapan-harapan dari konsumen yang spesifik menjadi arah perencanaan strategik dan tindakan teknik.

Tindakan-tindakan teknik yang dilakukan dalam *Quality Function Deployment* (QFD) meliputi empat proses utama, yaitu *product planning*, *design planning*, *process planning* dan *production planning* (Fanani, 2008). Proses yang memudahkan perusahaan untuk mewujudkan keinginan konsumen dengan terstruktur dan sistematis.

Dengan semakin banyaknya hotel baru bermunculan mengakibatkan tingginya persaingan di industri perhotelan. Hal ini mengakibatkan menurunnya tingkat hunian di Hotel Savero. Guna meningkatkan kembali tingkat hunian perlu di lakukan penelitian mengenai hal apa saja yang dibutuhkan konsumen (*customer requirements*) terhadap Hotel Savero dan untuk mengetahui apa yang bisa dilakukan (*technical characteristics*) oleh Hotel Savero untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Jaringan Savero Hotels meramaikan kawasan Depok dengan membuka Hotel Savero Depok. Mengusung konsep serupa dengan Grand Savero Bogor yakni mewah dan elegan hotel bintang tiga

ini menawarkan 108 kamar bertipe Superior, Deluxe, dan Suite. Hotel yang terdiri dari 10 lantai ini dilengkapi pula dengan fasilitas seperti restoran, pusat kebugaran dan spa. Sementara bagi pelancong bisnis, Hotel Savero Depok menyediakan enam ruang pertemuan dan sebuah ballroom berkapasitas sampai 500 orang. Kehadiran Hotel Savero Depok di harapkan dapat mengakomodir kebutuhan MICE di kota Depok.

### 1.2. Pengertian Quality Function Deployment

Metodologi dalam proses perancangan dan pengembangan produk atau layanan yang mampu mengintegrasikan ‘suara-suara konsumen’ ke dalam proses perancangannya (Riyanto, 2006). Berikut ini dikemukakan beberapa definisi *Quality Function Deployment* menurut para pakar:

1. QFD adalah metode terstruktur yang digunakan dalam proses perencanaan dan pengembangan produk untuk menetapkan spesifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mengevaluasi suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Hasanah, 2007).
2. *Quality Function Deployment* (QFD) adalah sebuah sistem pengembangan produk yang dimulai dari merancang produk, proses manufaktur, sampai produk tersebut ke tangan konsumen, dimana pengembangan produk berdasarkan keinginan konsumen (Djati, 2003).

Jadi menurut teori diatas QFD adalah suatu jalan bagi perusahaan untuk mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen terhadap produk atau jasa yang dihasilkannya.

### 1.3. Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran, Sumber: Data diolah, 2020

## 2. Metode Penelitian

Pada penelitian ini dilakukan penyebaran kuesioner untuk seluruh tamu yang pernah menginap di Hotel Savero dalam kurun waktu 6 bulan. Peneliti menggunakan *judgmental sampling*, yaitu pengambilan sampel yang dilakukan dengan sengaja untuk mencapai maksud tertentu (Subiyanto, 2009). *Judgmental Sampling* juga disebut *Purposive Sampling*, pengambilan sampel berdasarkan penilaian (*judgment*) peneliti mengenai siapa-siapa saja yang memenuhi persyaratan untuk dijadikan sampel (Furqan, 2012). Data yang terkumpul baik primer maupun sekunder diolah melalui tahap-tahap sebagai berikut :

### a) Analisis *Customer Requirements*

Kebutuhan pelanggan atau *customer requirements* merupakan pendapat pelanggan tentang karakteristik yang disyaratkan atau dibutuhkan oleh pelanggan pada Hotel Savero. Persyaratan atau kebutuhan pelanggan mengenai keinginan atau hal-hal yang diperhatikan pelanggan dalam menilai sebuah hotel dapat menggunakan analisa QFD. Dalam menyusun daftar matriks WHATs dilakukan seleksi sejumlah *customer needs* dengan memperhatikan kesenjangan (*gap*) kepuasan pelayanan. Jika terdapat *gap* bernilai negatif pada atribut karakteristik hotel bintang tiga yang bersangkutan maka atribut tersebut dimasukkan dalam *customer needs*. Jika atribut layanan mempunyai *gap* bernilai positif atau bernilai nol, maka tidak ada permasalahan terhadap bentuk karakteristik hotel bintang tiga tersebut. Kemudian disusun menggunakan skalalikert.

### b) Analisis Tingkat Kepentingan (TKe)

Analisis ini merupakan tindak lanjut dari *Customer Requirements* yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepentingan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan Hotel Savero. Dari hasil kuesioner yang diberikan kepada responden, kemudian data diolah dengan Program SPSS untuk mengambil *mean* mengenai tingkat kepentingan (TKe) dari atribut-atribut tersebut.

### c) Analisis *Technical Requirements*

Analisis ini bertujuan untuk mencari tahu apa yang akan dilakukan pihak hotel, dalam hal ini hotel Savero terhadap permintaan pelanggan.

### d) Analisis *Technical Requirement Score*

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui *Technical Requirements* yang paling penting dan memerlukan lebih banyak perhatian untuk ditindak lanjuti. *Technical Requirement Score* diperoleh dengan memberikan skor 9 = kuat, 3 = sedang, dan 1 = lemah pada kolom hubungan antara *Customer Requirements* dengan *Technical Requirements* sehingga diketahui *Technical Requirements* yang paling penting dan perlu perhatian lebih untuk ditindak lanjuti. Untuk tiap elemen dalam matriks kebutuhan pelanggan akan dicari solusi atau rekayasa teknisnya. Tetapi perlu diketahui seberapa jauh *technical descriptor* dalam menangani dan mengendalikan kebutuhan konsumen.

### e) Analisis *Customer Requirement Score*

Analisis *Customer Requirement Score* bertujuan untuk mengetahui atribut yang dianggap penting untuk perencanaan dan perubahan pelayanan di Hotel Savero. Semakin tinggi *Customer Requirement Score* maka atribut tersebut semakin penting dan semakin butuh prioritas utama untuk perbaikan selanjutnya. *Customer Requirement Score* dapat dihitung dengan melihat total skor dari *Technical Requirement Score* x Tingkat Kepentingan (TKe) pada setiap atribut *Customer Requirements*.

## 3. Pembahasan

### 3.1. *Quality Function Deployment dan House of Quality*

Setelah melakukan penyebaran kuesioner di Hotel Savero kemudian penulis melakukan uji menggunakan *Quality Function Deployment* dan *House of Quality*.

		IMPORTANT RATINGS	Meningkatkan ketrampilan staff	Meningkatkan pengetahuan staff	Memberikan motivasi	Memberikan wewenang kepada staff	training, education and development	facility layout dan ambient condition	security and safety management customers property control	Rewards and punishment	Technology of Facilities
CUSTOMER REQUIREMENTS			1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Pelayanan sesuai yang dijanjikan	4,35	9	3	1		9	1		3	3
2	Proses <i>check in</i> dan <i>check out</i> yang cepat	4,15	9	9	1		9	1		3	9
3	Proses <i>check in</i> dan <i>check out</i> yang tepat	4,16	9	9	1		9	1		3	9
4	Staff hotel selalu bersedia membantu konsumen	4,19	9	3	3		9			9	
5	Staff hotel memberikan solusi yang cepat untuk keluhan	4,24	9	9	3	9	9			9	
6	Staff hotel memberikan solusi yang tepat untuk keluhan	4,31	9	9	3	3	9			9	
7	Staff hotel mampu memberikan rasa aman bagi konsumen	4,37	3	3	9	3	9	3	9	3	3
8	Konsumen merasa nyaman selama tinggal di hotel	4,37	3	3	9	3	9	9	3	3	3
9	Layanan hotel yang disediakan mempunyai harga yang terjangkau	4,27						3			3
10	Staff hotel memiliki kemampuan untuk menjawab pertanyaan konsumen	4,05	3	9	3	9	9			3	
11	Staff hotel memiliki keterampilan	3,93	9	9	9	9	9			9	
12	Konsumen mendapat perhatian individu dari hotel	4,39	9	3	1		9			9	
13	Kemauan staff untuk selalu melayani dengan senyum, sapa, dan salam kepada konsumen	4,23	9	3	9	3	9			9	
14	Staff hotel memperhatikan kebutuhan spesifik dari konsumen	3,85	3	1	1	3	9			9	
15	Ukuran kamar yang besar	3,95						9			3
16	Kamar mandi dalam kamar yang bersih	4,59						9			3
17	Tempat tidur yang nyaman	4,49						9	3		3
18	Adanya fasilitas kolam renang	3,85						9			3
19	Adanya fasilitas TV LED dalam kamar	4,17						9			9

20	Tempat parkir yang luas	4,21					9			3	
21	Adanya fasilitas water heater dalam kamar	4,51					9	3		9	
22	Adanya fasilitas restoran	4,27					9			1	
23	Adanya fasilitas connecting room	3,74					9			3	
24	Adanya fasilitas shuttle tengah kota	3,87					9			3	
25	Adanya fasilitas telepon dalam kamar	4,08					9	3		9	
26	Fasilitas stop kontak listrik di dalam kamar yang memadai	4,53					9	9		3	
27	Hotel mempunyai ukuran kamar yang bervariasi	4,05					9	3			
28	Hotel mempunyai interior yang bagus	4,19					9	3		9	
29	Hotel mempunyai eksterior yang bagus	4,15					9	1		9	
30	Adanya security 24 jam	4,66	3		1		9		9	3	
31	Hotel mempunyai amenities yang lengkap (shampoo, sabun, sikat gigi, dll) di dalam kamar	4,54					9	3		1	
	Total		406	305	228	174	533	683	217	353	426
	PRIORITAS		4	6	7	9	2	1	8	5	3

Tabel 2 *Quality Function Deployment* dan *House of Quality*, Sumber: Data diolah, 2020

Langkah yang pertama kali harus dilakukan adalah mengumpulkan pendapat konsumen mengenai kebutuhan konsumen (*Customer Requirements*). Keseluruhan atribut dalam tabel *Customer Requirements* yang berjumlah 31 atribut adalah merupakan jawaban dari kebutuhan konsumen (*Customer Requirements*) yang didapat.

Tindak lanjut dari *Customer Requirements* adalah analisa tingkat *kepentingan* dengan tujuan untuk mengetahui seberapa penting atribut-atribut dari penelitian ini bagi konsumen dengan melihat nilai rata-rata yang diperoleh dari hasil skala likert kuesioner harapan konsumen selengkapnya dapat dilihat pada tabel 2.

Hasil Mean Harapan Konsumen. Setelah mengetahui tingkat kepentingan selanjutnya menentukan *Technical Characteristics*. *Technical characteristics* ini dilakukan oleh pihak hotel untuk melakukan tindakan perbaikan sesuai dengan *Customer Requirements* yang didapat.

Contoh dari *Technical Characteristics* yang dilakukan pihak hotel adalah meningkatkan keterampilan staff. Setelah mengetahui *Customer Requirements* dan *Technical Characteristics*, maka langkah selanjutnya adalah mencari hubungan dari *Customer Requirements* dan *Technical Requirements* yaitu hubungan antara kebutuhan konsumen dengan usaha-usaha dari pihak hotel untuk mewujudkannya.

Hubungan yang terjadi sangat mungkin lebih dari satu karena setiap *Customer Requirements* mungkin punya hubungan lebih dari satu terhadap *Technical Requirements*, begitu pula sebaliknya. Hubungan yang terjadi antara *Customer Requirements* dan *Technical Requirements* dinilai dengan kategori hubungan bernilai 9 bila hubungan tersebut kuat, ini berarti bahwa *Technical Characteristics* menjawab *Customer Requirements*, hubungan bernilai 3 bila hubungan tersebut

medium, ini berarti bahwa *Technical Characteristics* mendukung *Customer Requirements*, hubungan bernilai 1 bila hubungan tersebut lemah, ini berarti bahwa *Technical Characteristics* mempengaruhi *Customer Requirements* dan kotak kosong bila tidak ada hubungan antara *Technical Characteristics* dengan *Customer Requirements*.

Contohnya, atribut 'meningkatkan keterampilan staf', mempunyai hubungan dengan atribut proses *check in* dan *check out* yang cepat bernilai 9 yang berarti memiliki hubungan yang kuat. Penentuan nilai hubungan antara *Customer Requirements* dan *Technical Characteristics*, merupakan kesepakatan antara peneliti dengan pihak *operational hotel*.

Langkah selanjutnya menentukan *Customer Requirement Score*. *Customer Requirement Score* ini didapat dengan mengkalikan *Important Ratings* dengan hubungan *Customer Requirements* dan *Technical Characteristics*. Contohnya *Customer Requirement Score* atribut 'meningkatkan keterampilan staf'. Dari perhitungan *Customer Requirement Score* dapat diketahui atribut *Technical Characteristics* apa yang menjadi prioritas pertama untuk perbaikan. Contohnya atribut 'facility layout and ambient condition' menjadi prioritas pertama selanjutnya atribut 'training education and development' menjadi prioritas kedua dan disusul atribut yang lainnya.

### 3.2 Gap Tingkat Harapan dan Persepsi Konsumen

*Gap* tingkat harapan dan persepsi konsumen ini dilakukan untuk mengukur kesenjangan antara harapan dan persepsi konsumen terhadap layanan yang diberikan. Pengolahan data untuk mengukur *gap* tingkat harapan dan persepsi konsumen ini dilakukan dengan cara mengurangi skor rata-rata terbobot untuk persepsi konsumen terhadap layanan Hotel Savero dengan harapan konsumen sehingga diketahui ada atau tidaknya perbedaan antara harapan dan persepsi konsumen.

Hasil pengolahan dan pengujian *gap* tingkat harapan dan persepsi konsumen untuk tiap dimensi kualitas jasa adalah sebagai berikut:

No	Pernyataan	Ekspektasi	Persepsi	Gap
1	Pelayanan sesuai yang dijanjikan	4,35	4,43	0,08
2	Proses <i>check in</i> dan <i>check out</i> yang cepat	4,15	3,95	-0,2
3	Proses <i>check in</i> dan <i>check out</i> yang tepat	4,16	4,12	-0,04
4	<i>Staff</i> hotel selalu bersedia membantu konsumen	4,19	4,3	0,11
5	<i>Staff</i> hotel memberikan solusi yang cepat untuk keluhan	4,24	4,27	0,03
6	<i>Staff</i> hotel memberikan solusi yang tepat untuk keluhan	4,31	4,26	-0,05
7	<i>Staff</i> hotel mampu memberikan rasa aman bagi konsumen	4,37	4,37	0
8	Konsumen merasa nyaman selama tinggal di hotel	4,37	4,45	0,08
9	Layanan hotel yang disediakan mempunyai harga yang terjangkau	4,27	4,22	-0,05
10	<i>Staff</i> hotel memiliki kemampuan untuk menjawab pertanyaan konsumen	4,05	4,1	0,05
11	<i>Staff</i> hotel memiliki keterampilan	3,93	4,31	0,38

12	Konsumen mendapat perhatian individu dari hotel	4,39	4,25	-0,14
13	Kemauan <i>staff</i> untuk selalu melayani dengan senyum, sapa, dan salam kepada konsumen	4,23	4,3	0,07
14	<i>Staff</i> hotel memperhatikan kebutuhan spesifik dari konsumen	3,85	4,37	0,52
15	Ukuran kamar yang besar	3,95	4,13	0,18
16	Kamar mandi dalam kamar yang bersih	4,59	4,63	0,04
17	Tempat tidur yang nyaman	4,49	4,53	0,04
18	Adanya fasilitas kolam renang	3,85	1,45	-2,4
19	Adanya fasilitas TV LED dalam kamar	4,17	4,17	0
20	Tempat parkir yang luas	4,21	1,86	-2,35
21	Adanya fasilitas <i>water heater</i> dalam kamar	4,51	4,57	0,06
22	Adanya fasilitas restoran	4,27	4,17	-0,1
23	Adanya fasilitas <i>connecting room</i>	3,74	2,27	-1,47
24	Adanya fasilitas <i>shuttle</i> tengah kota	3,87	4,31	0,44
25	Adanya fasilitas telepon dalam kamar	4,08	4,4	0,32
26	Fasilitas stop kontak listrik di dalam kamar yang memadai	4,53	4,57	0,04
27	Hotel mempunyai ukuran kamar yang bervariasi	4,05	4,33	0,28
28	Hotel mempunyai <i>interior</i> yang bagus	4,19	4,27	0,08
29	Hotel mempunyai <i>eksterior</i> yang bagus	4,15	4,09	-0,06
30	Adanya <i>security</i> 24 jam	4,66	3,03	-1,63
31	Hotel mempunyai <i>amenities</i> yang lengkap (shampoo, sabun, sikat gigi, dll) di dalam kamar	4,54	4,56	0,02

Tabel 3. *Gap* Tingkat Harapan dan Persepsi Konsumen, Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan hasil Tabel 3, terlihat adanya perbedaan yang signifikan untuk proses *check in* dan *check out* yang cepat sebesar -0,20, proses *check in* dan *check out* yang tepat sebesar -0,04, *staff* hotel memberikan solusi yang tepat untuk keluhan sebesar -0,05, layanan hotel yang disediakan mempunyai harga yang terjangkau sebesar -0,05, konsumen mendapat perhatian individu dari hotel -0,14, adanya fasilitas kolam renang (*pool*) sebesar -2,40, tempat parkir yang luas sebesar -2,35, adanya fasilitas restoran sebesar -0,10, Adanya fasilitas *connecting room* sebesar -1,47, hotel mempunyai *eksterior* yang bagus sebesar -0,06 dan adanya *security* 24 jam sebesar -1,63. *Gap* tertinggi pada adanya fasilitas kolam renang (*pool*).

Secara keseluruhan Hotel Saverobelum dapat memahami sepenuhnya apa yang konsumen harapkan, ini berarti pihak manajemen harus terus berupaya untuk dapat memahami dengan baik mengenai kebutuhan konsumen terhadap layanan yang diberikan, dengan mengumpulkan informasi yang detail tentang kebutuhan konsumen

## 4. Kesimpulan dan Saran

### 4.1 Kesimpulan

Dari analisis kebutuhan konsumen, ternyata kualitas pelayanan yang terdapat di Hotel Savero masih belum dapat memenuhi keinginan konsumen atau belum optimal, hal ini terlihat dari masih terdapat gap pada proses *check in* dan *check out* yang cepat sebesar -0,20, proses *check in* dan *check out* yang tepat sebesar -0,04, *staff* hotel memberikan solusi yang tepat untuk keluhan sebesar -0,05, layanan hotel yang disediakan mempunyai harga yang terjangkau sebesar -0,05, konsumen mendapat perhatian individu dari hotel -0,14, adanya fasilitas kolam renang (*pool*) sebesar -2,40, tempat parkir yang luas sebesar -2,35, adanya fasilitas restoran sebesar -0,13, Adanya fasilitas *connecting room* sebesar -1,47, hotel mempunyai *eksterior* yang bagus sebesar -0,06 dan adanya *security* 24 jam sebesar -1,63.

### 4.2 Saran

Sebaiknya dilakukan dengan memprioritaskan pada *tangible*. Namun tanpa mengabaikan dimensi kualitas yang lainnya yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurancedan empathy*. Hal ini didasari pada hasil penilaian kepuasan konsumen, diketahui bahwa dimensi *reliability* dan *tangible* mendapat nilai kepuasan rendah sehingga dimensi-dimensi ini memerlukan perhatian lebih untuk diperbaiki dan ditingkatkan.

Perbaikan pada dimensi *reliability* sebaiknya dilakukan terutama pada atribut proses *check in* dan *check out* cepat yang dapat ditindaklanjuti oleh pihak operasional Hotel Saverodengan cara memberikan pelatihan tambahan kepada *staff* yang bertugas dan menggunakan sistem reservasi berteknologi canggih sehingga dapat meningkatkan kecepatan proses *check in* dan *check out*.

## Referensi

- Bramson, A. (2004). *Quality Function Deployment: Making it, Enjoy it*. New York: Workman Publishing Company.
- Djati, S. (2003). *Pengertian quality function deployment*. Retrieved Februari 03, 2003, from <http://www.wordpress.com>.
- Fanani, Z. (2008). *Empat proses utama quality function deployment*. Retrieved September 03, 2008, from <http://ejurnal.undip.ac.id>.
- Hartanto, D. (2008). *Quality systems handbook*. Surabaya: PT. Indeks Gramedia.
- Hasanah, T. (2007). *Pengertian quality function deployment*. Retrieved Agustus 01, 2007, from <http://www.wordpress.com>.
- Sholeh, A. (2013). Info hotel baru di Surabaya. Retrieved April 20, 2013,