

PERANCANGAN KUALITAS PRODUK DAN JASA DARI YELLOW TRUCK CAFÉ MENGUNAKAN METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)

THE DESIGN QUALITY OF THE PRODUCTS AND SERVICES OF A YELLOW TRUCK CAFÉ METHOD USING QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)

Rizkan Iskandar Wigena¹, Dr.Ir. Agus Achmad Suhendra, MT.², Rio Aurachman, S.T., MT. ³

^{1,2,3} Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

rizkaniskandar@outlook.com, ² agus@telkomuniversity.ac.id, ³ rioaurachman@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Yellow Truck Café adalah salah satu bisnis dibidang kuliner yang bergerak dalam industri kreatif. Berdiri sejak tahun 2012 *Yellow Truck Café* menawarkan *café* dengan produk untuk para penikmat *coffee*. *Yellow Truck Café* terus berkembang dengan membuka beberapa cabang baik di kota Bandung sampai keluar kota. Namun adanya persaingan tinggi dibidang industri kreatif khususnya kuliner membuat *Yellow Truck Café* harus membuat evaluasi ataupun peningkatan dari kinerja *Yellow Truck Café*. Tingginya persaingan membuat salah satu cabang *Yellow Truck Café* ditutup, hal ini mengindikasikan kualitas layanan produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh *Yellow Truck Café* kurang baik. Sehingga *Yellow Truck Café* harus melakukan pengembangan untuk meningkatkan kualitas pada produk dan jasa yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi dan meningkatkan kualitas produk dan jasa pada *Yellow Truck Café*. *Quality Function Deployment (QFD)* adalah salah satu metode dalam proses pengembangan dan perancangan yang mampu mengintegrasikan *Voice of Customer* kedalam sebuah perancangan. *True Customer Needs* menjadi dasar dan tahapan awal pada metode *Quality Function Deployment (QFD)*. Selanjutnya karakteristik teknis yang didapatkan akan dikembangkan menjadi beberapa konsep dan konsep yang terpilih akan diproses untuk dikembangkan pada *Part Deployment*.

Kata Kunci : *Yellow Truck Cafe, QFD, HoQ, Part Deployment.*

Abstract

Yellow Truck Café was one business in the culinary moves in creative industries. Since 2012 *Yellow Truck Café* offers a *café* with products for coffee lovers. *Yellow Truck Café* continues to grow by opening several branches both in Bandung city to get out of the city. However, the high competition in the creative industry especially culinary makes *Yellow Truck café* must make an evaluation or improvement of *Yellow Truck Café* performance. The high competition make one branch of a *Yellow Truck Café* is closed, this indicates the service quality of products or services offered by a *Yellow Truck Café* is not good. So *Yellow Truck Café* have to do development to improve the quality of the products and services offered. This research aims to provide recommendations and improve the quality of products and services at *Yellow Truck Café*. *Quality Function Deployment (QFD)* is one method in the development and design process that is able to integrate *Voice of Customer* into a design. *True Customer Needs* become the basis and initial stage of the *Quality Function Deployment (QFD)* method. Technical characteristics that will be developed into several selected concepts and concepts will be processed to be developed in the section.

Keywords : *Yellow Truck Café, QFD, HoQ, Part Deployment.*

1. Pendahuluan

Di Indonesia terdapat beberapa macam sektor industri kreatif, diantaranya sektor arsitektur periklanan, kerajinan, fashion, kuliner, design dan masih banyak lagi. Diantara sektor industri kreatif ada beberapa pula yang mengalami fluktuasi baik kenaikan ataupun penurunan perkembangan dari masing – masing sektor industri kreatif. Berdasarkan informasi yang dikeluarkan oleh Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (Menperin) yaitu industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 8,16% dan merupakan salah satu subsektor industri kreatif yang memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan perekonomian nasional, baik meningkatkan nilai tambah, lapangan pekerjaan/ penyerapan tenaga kerja, jumlah perusahaan (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2012). Bandung merupakan salah satu kota besar yang ada Indonesia, yang menjadi salah satu kota dengan pertumbuhan industri kreatif yang sangat cepat dan sekaligus menjadikan Bandung sebagai barometer pertumbuhan industri kreatif tingkat nasional. Terdapat beberapa subsektor industri kreatif di Bandung yang selama ini cukup berpengaruh terhadap pertumbuhan industri kreatif di Bandung, yang mana sekaligus berpengaruh juga terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif di kota Bandung.

Tabel 1 Data Jumlah *Café* Dikota Bandung

Tahun	Jumlah <i>Café</i> dan Restoran
2009	445
2010	461
2011	512
2012	571
2013	635

Berdasarkan table I.1 diatas, dapat diketahui bahwa pertumbuhan *café* dan restoran di kota Bandung akan mempengaruhi persaingan antara pelaku industri kreatif di subsektor kuliner (*café*). Persaingan yang ketat secara tidak langsung akan memaksa para pemilik bisnis untuk berupaya mengembangkan bisnis mereka dari segi kualitas produk dan jasa yang mereka tawarkan kepada konsumen/ customer seperti yang telah dijelaskan diketahui bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk dan jasa (Tjiptono, 2003)

Tabel 2 Data Jumlah *Café* Dikota Bandung

Tahun	Jumlah <i>Café</i>	Presentase Kenaikan
2010	191	2.68%
2011	196	2.61%
2012	235	19.89%
2013	432	49.80%
2014	653	51.20%

Sumber : Kota Bandung Dalam Angka, 2015.

Pada table 1 dapat diketahui, khusus untuk pertumbuhan *café* di kota Bandung mengalami pertumbuhan yang tinggi, dimana pada tahun 2012 persentase kenaikan cukup besar dibanding pada tahun sebelumnya, begitu pun dengan tahun 2013 mengalami kenaikan sebesar 49,80% dan tahun 2014 mengalami kenaikan 51,20%. Banyaknya jumlah *café* di kota Bandung membuat persaingan yang sangat tinggi.

Yellow Truck Café merupakan salah satu *café* yang berdiri tahun 2012. *Café* ini menyajikan beberapa produk dan pelayan yang cukup unik kepada pelanggannya/ customer. *Coffee shop* menjadi tema yang dipakai untuk *café* ini, seiring berjalannya waktu *Yellow Truck Café* semakin berkembang dengan membuka beberapa cabang di beberapa kota. Namun beberapa kompetitor ikut bersaing dengan masing-masing inovasi. Sementara kinerja *Yellow Truck Café* kurang mengeluarkan dan mengembangkan inovasi, hasilnya beberapa customer mereka mempunyai beberapa keluhan, hal ini tidak lain adalah hasil dari persaingan antara *Yellow Truck Café* dengan kompetitor.

Tabel 3 Jenis Keluhan dan Perbandingan Dengan Kompetitor

No.	Jenis Keluhan	Kondisi <i>Yellow Truck Café</i>	Kondisi <i>Upnormal Café</i>	Kondisi <i>Ngopi Doeloe Café</i>
1	Variasi Produk.	Jenis Produk (Menu) yang ditawarkan tidak ada perubahan/ monoton.	Jenis produk (menu) yang ditawarkan cukup banyak.	Jenis produk (menu) yang ditawarkan cukup banyak.
2	Layanan <i>waiters</i> yang tidak ada di beberapa cabang.	Tidak adanya <i>waiters</i> saat pemesanan makanan di beberapa cabang dari <i>Yellow Truck Cafe</i>	Memiliki <i>waiters</i> saat pelanggan memesan.	Memiliki <i>waiters</i> saat pelanggan memesan.

Tabel 4 Jenis Keluhan dan Perbandingan Dengan Kompetitor (Lanjutan)

No.	Jenis Keluhan	Kondisi <i>Yellow Truck Café</i>	Kondisi <i>Upnormal Café</i>	Kondisi <i>Ngopi Doeloe Café</i>
3	<i>Service</i> yang diberikan standar.	Dimulai dari dekorasi sampai dan pelayanan pembayaran tidak ada perubahan/ standar.	<i>Service</i> yang diberikan cukup banyak, mulai dari permainan hiburan sampai tempat yang memiliki dekorasi yang beragam.	<i>Service</i> yang diberikan cukup baik dengan fasilitas yang nyaman bagi <i>customer</i>

Manajemen marketing memprediksi adanya kemungkinan jenuh dari *customer* terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh *Yellow Truck Café* karena tidak adanya variasi *customer* yang datang ke *Yellow Truck Café*. Maka perlu diadakannya perbaikan dari kualitas produk dan jasa agar mengantisipasi persaingan bisnis yang semakin meningkat dan tetap dapat bersaing dengan kompetitornya untuk mendapatkan *customer*. Selain itu *Yellow Truck Café* mengalami kebangkrutan di cabang Jatinangor, hal ini mengindikasikan bahwa terdapat masalah baik itu internal ataupun eksternal.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Definisi Produk dan Jasa

Jasa adalah kegiatan dari perusahaan/ organisasi/ suatu pihak tawarkan kepada konsumen yang tidak dapat dimiliki oleh konsumen ataupun dapat dilihat atau dirasakan oleh konsumen (Kotler & Keller, 2007). Produk dapat didefinisikan dalam beberapa kategori yaitu pengertian secara sempit, secara luas dan secara umum (Saladin, 2003).

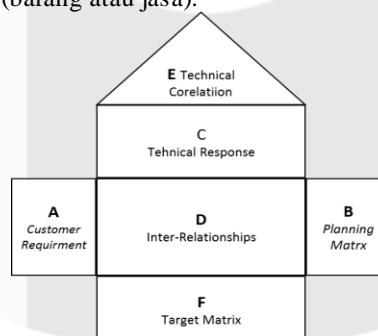
- Pengertian produk secara sempit.
Produk merupakan kumpulan dari sifat-sifat fisik yang berwujud dalam suatu bentuk.
- Pengertian produk secara luas.
Produk memiliki sifat-sifat yang berwujud (*tangible*) dan tidak berwujud (*intangible*) yang diberikan dan dapat dirasakan oleh *customer* untuk memenuhi kepuasan dan keinginan dari *customer*.
- Pengertian produk secara umum.
Produk merupakan sesuatu produk/ benda yang dirasakan oleh customer dan akan mempengaruhi dari kepuasan atau keinginan dari customer itu sendiri.

2.2 Quality Function Deployment

Secara general konsep dasar dari metode *Quality Function Deployment* adalah suatu sistem atau metode dengan tujuan menerjemahkan apa yang dibutuhkan dari *customer* dan merancang menjadi karakteristik kualitas suatu produk, proses dan jasa dalam rangka untuk mencapai kepuasan pelanggan (Aka, 2004)

2.3 QFD Iterasi Satu (HoQ)

HOQ secara garis besar merupakan upaya untuk menterjemahkan *voice of customer* secara langsung terhadap karakteristik teknis atau spesifikasi teknis dari sebuah produk (barang atau jasa) yang dihasilkan. Dalam penerapan *Quality Function Deployment* (QFD) pada tahap pertama adalah dengan membuat *House of Quality* (HOQ). Matriks ini bertujuan untuk mengkonversi *voice of customer* secara langsung dengan karakteristik teknis, atau spesifikasi teknis dari sebuah produk (barang atau jasa).



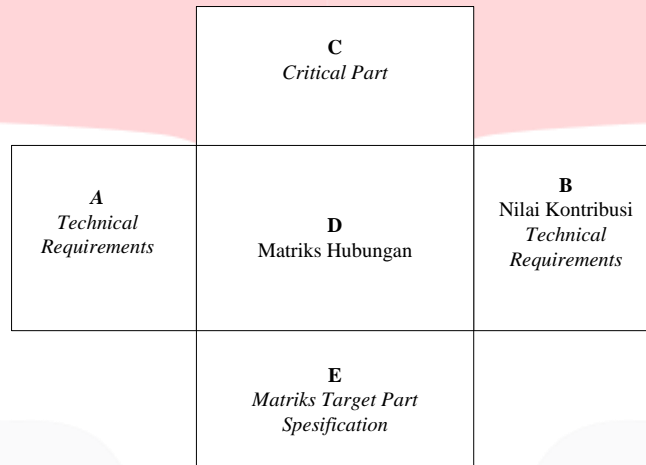
Gambar 1 *House of Quality*
(Sumber: Cohen, 2004)

2.4 Pengembangan Konsep

Pada tahap ini pengembangan konsep dilakukan dengan pengembangan konsep dan pemilihan konsep. Penentuan konsep dilakukan untuk menentukan beberapa konsep untuk dijadikan pilihan konsep yang terbaik. Penentuan konsep ini dengan cara diskusi dengan pihak *Yellow Truck Café* dan *benchmark* dengan kompetitor, selain itu dilakukan juga studi literatur untuk menganalisis keadaan eksisting dair kompetitor. Sementara itu Pemilihan konsep dilakukan untuk memilih konsep mana yang akan dipilih menjadi konsep yang akan dikembangkan lebih lanjut. Beberapa konsep yang telah ditentukan diolah dengan menggunakan metode *decision matriks*.

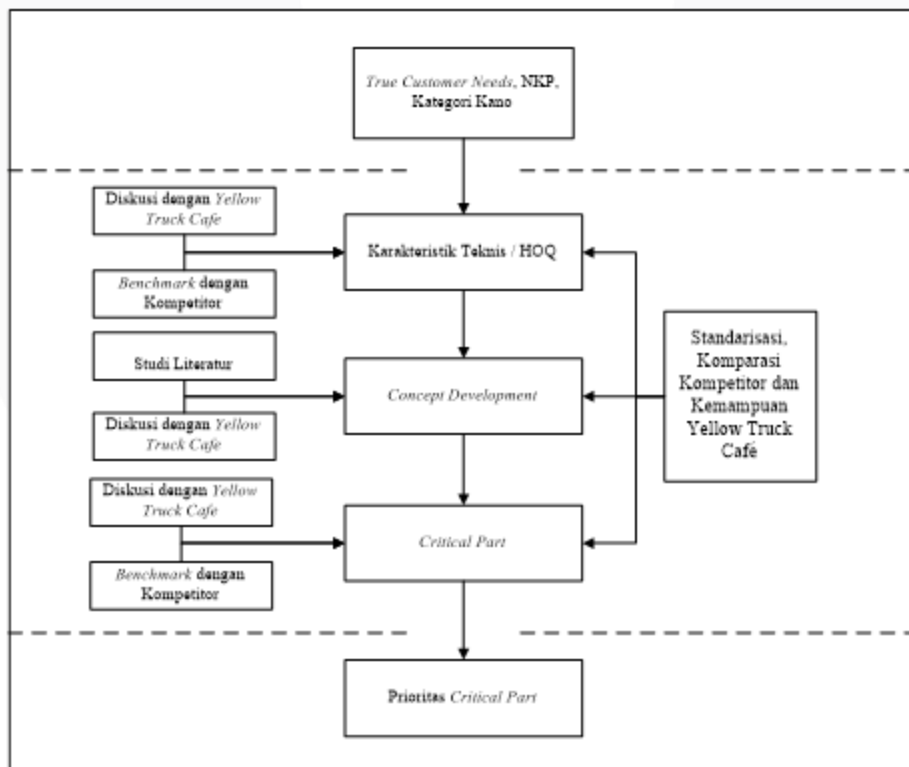
2.5 QFD Iterasi Dua (Part Deployment)

Part Deployment merupakan tahap ke tiga dalam metode QFD. Gambaran umum untuk *part deployment* dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 2 Matriks *Part Deployment*
(Sumber : Cohen, 2004)

3. Metode Penelitian



Gambar 3 Model Konseptual

Pada gambar III.1 dapat dilihat bahwa tahap pertama penelitian adalah memperoleh data *true customer needs* yang di peroleh dari penelitian sebelumnya dengan model kano. Selain itu diperoleh juga NKP (Nilai Kepuasan Pelanggan) untuk mencari nilai *adjusted importance*. *True Customer needs* yang diperoleh dari penelitian sebelumnya akan di kombinasikan dengan karakteristik teknis.

Pada tahap selanjutnya yaitu tahap pengembangan konsep dimulai dengan penentuan karakteristik teknis, dilanjutkan dengan pengembangan konsep yang terdiri dari penentuan konsep dan pemilihan konsep untuk kemudian dikembangkan dan digunakan untuk mendapatkan *critical part*. Tahap selanjutnya yaitu menentukan prioritas *critical part* yang merupakan ahir dari penelitian ini.

4. Pembahasan

Berdasarkan penelitian sebelumnya (Nurhidayat, 2017) mengenai analisis kebutuhan menggunakan integrasi model Kano dan *SERVQUAL* didapatkan delapan *true customer needs* sebagai data input dalam penelitian ini.

Tabel 5 Tabel Data *True Customer Needs*, NKP, dan Kategori Kano

Kode <i>True Customer Needs</i>	<i>True Customer Needs</i>	NKP	Kategori Kano	<i>Adjusted Importance</i>
Emp3	Adanya promo dari produk yang ditawarkan	-1.46	4	-5.84
Tan1	<i>Café</i> menyediakan sarana permainan	-1.41	1	-1.41
Tan7	Furnitur pada <i>café</i> memberikan kenyamanan kepada <i>customer</i> saat duduk	-1.27	1	-1.27
Tan5	<i>Plating</i> menu pesanan disajikan menarik	-1.23	2	-2.46
Rel2	Pelayanan cepat dalam menyajikan pesanan	-1.17	1	-1.17
Tan4	Dekorasi yang diterapkan oleh <i>café</i> menarik	-1.12	2	-2.24
Rel1	Hidangan yang ditawarkan sesuai dengan menu	-0.96	1	-0.96
Tan3	<i>Café</i> menyediakan akses internet yang memadai	-0.18	1	-0.18
Ass1	Adanya fasilitas tempat penitipan helm bagi pengendara sepeda motor	0.62	4	2.48

Karakteristik teknis diidentifikasi berdasarkan spesifikasi yang bersesuaian dengan masing-masing *true customer needs* berdasarkan penelitian sebelumnya mengenai atribut kebutuhan pada *Yellow Truck Cafe*. Karakteristik tersebut diperoleh dengan cara berdiskusi dengan pihak pengelola *Yellow Truck Cafe* dan melihat karakteristik teknis yang dimiliki oleh Ngopi Doeloe *Café* dan Upnormal *Café* sebagai kompetitor. *Benchmarking* dilakukan melalui wawancara dengan pihak manajemen *Yellow Truck Cafe*. Identifikasi tersebut didapatkan sepuluh prioritas karakteristik teknis yang perlu diperbaiki.

Tabel 6 Tabel Prioritas Karakteristik Teknis

Kode Karakteristik Teknis	Karakteristik Teknis
K2	Jumlah sarana permainan yang disediakan oleh <i>café</i>
K3	Jenis sarana permainan yang disediakan oleh <i>café</i>

Tabel 7 Tabel Prioritas Karakteristik Teknis (Lanjutan)

Kode Karakteristik Teknis	Karakteristik Teknis
K4	Kelembutan kursi yang digunakan
K5	Ukuran kursi yang digunakan
K11	Jumlah hiasan ruangan pada <i>café</i>
K16	Jumlah gambar yang ada didalam menu
K17	Perbandingan antara gambar dan <i>list</i> menu
K19	<i>Coverage</i> internet diarea <i>café</i>
K20	Tempat penitipan helm diarea parkir
K21	Daya tampung penitipan helm

Pembuatan konsep pada dasarnya bertujuan untuk mempermudah *Yellow Truck Café* dalam melakukan perbaikan kualitas kualitas. Pengembangan konsep dilakukan untuk mendapatkan berbagai macam konsep yang nantinya akan dijadikan sebagai sumber acuan dalam proses perbaikan. Konsep yang terpilih merupakan hasil diskusi dengan pihak *Yellow Truck Café* dengan menggunakan metode *decision matrices*. Ada beberapa kriteria dalam memilih konsep yaitu efektifitas, efisiensi, kelayakan, dan kemudahan untuk direalisasikan.

Tabel 5 Tabel Matriks Penyaringan Konsep

Kriteria Seleksi	Konsep A	Konsep B	Konsep C
Efektivitas (<i>Long term benefit</i>)	0	+	+
Efisiensi (<i>Maximize solution from limited resources</i>)	0	+	+
Kelayakan (<i>Feasibility</i>)	0	0	+
Kemudahan untuk direalisasikan	0	+	+
Perkiraan kebutuhan biaya (<i>Cost</i>)	0	+	+
Jumlah +	0	4	5
Jumlah 0	5	1	0
Jumlah -	0	0	0
Total	0	4	5
Peringkat	3	2	1
Lanjutkan	Tidak	Tidak	Ya

Berdasarkan hasil akhir pada Tabel 3 terpilihnya konsep berdasarkan peringkat yang memiliki nilai tertinggi yaitu konsep C. Konsep tersebut akan menghasilkan *critical part* yang merupakan turunan dari karakteristik teknis yang berasal dari QFD iterasi satu. *Critical part* diperoleh melalui diskusi dengan pihak *Yellow Truck Café*. Identifikasi menghasilkan enam belas prioritas *critical part*.

Tabel 8 Prioritas Critical Part

Kode Critical Part	Critical Part
C1	Adanya tempat untuk menyimpan permainan
C2	Lokasi penyimpan permainan
C3	Ukuran tempat penyimpan permainan
C4	Permainan papan, permainan kartu
C5	<i>Cover</i> sofa yang digunakan
C6	Sistem pegas sofa yang digunakan
C7	Dudukan sofa

Tabel 9 Prioritas Critical Part (Lanjutan)

Kode Critical Part	Critical Part
C8	Ukuran kursi yang digunakan kursi ergonomis
C10	Jenis hiasan yang digunakan
C14	Ukuran gambar pada menu
C15	Posisi router
C17	Paket internet yang digunakan
C19	Lokasi tempat penitipan helm
C20	Luas tempat penitipan helm
C21	Ukuran lemari penitipan helm
C22	Jumlah tenaga kerja

5. Kesimpulan

Berdasarkan *house of quality* diperoleh dua puluh satu karakteristik teknis dan sepuluh prioritas karakteristik teknis. Prioritas karakteristik teknis kemudian dikembangkan menjadi suatu konsep yang akan dijadikan sebagai acuan dalam proses perbaikan. Dalam pengolahan selanjutnya menggunakan *part deployment* diperoleh dua puluh dua *critical part* dan enam belas prioritas *critical part*. Peningkatan kualitas produk dan jasa *Yellow Truck Café* dilakukan dengan pembuatan rekomendasi yang bertujuan untuk memperbaiki masing-masing target yang belum tercapai. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan enam belas rekomendasi yang dijadikan sebagai acuan atau referensi untuk meningkatkan kualitas produk dan jasa *Yellow Truck Café*.

Daftar Pustaka

- Akao, Y., 2004. *Quality Function Deployment: Integrating Customer Requirements into Product Design*. s.l.:Foreword.
- Bandung, B. K., 2015. *Kota Bandung Dalam Angka*. Bandung: s.n.
- Cohen, L., 2004. *Quality Function Deployment: How to make QFD Work for You*. Massachusetts: Addison Wesley Publishing Company.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2012. [Online] Available at: <http://www.kemenerin.go.id/>
- Kotler, P. & Keller, K. L., 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 2*. s.l.:s.n.
- Nurhidayat, I., 2017. *Analisis Kebutuhan Customer Kafe Yellow Truck Dengan Metode Kano Berdasarkan Dimensi Service Quality*. Bandung: s.n.
- Saladin, D., 2003. *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*. s.l.:s.n.
- Tjiptono, 2003. *Total Quality Management Edisi Revisi*. Yogyakarta: s.n.