

# USULAN PENINGKATAN PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN SERIOUSCUT *BARBERSHOP* MENGGUNAKAN METODE QFD (*QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT*)

<sup>1</sup>Robertus Candra Putra, <sup>2</sup>Budi Praptono, <sup>3</sup>Rosad Ma'ali El Hadi

Program Studi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

<sup>1</sup>[Robertus.candra@yahoo.co.id](mailto:Robertus.candra@yahoo.co.id) <sup>2</sup>[budipraptono@telkomuniversity.ac.id](mailto:budipraptono@telkomuniversity.ac.id) <sup>3</sup>[rosadmeh@yahoo.co.id](mailto:rosadmeh@yahoo.co.id)

## Abstrak

Seriouscut *Barbershop* merupakan usaha yang bergerak dibidang pangkas rambut pria yang berada di sukapura kawasan kampus Telkom University. Saat ini Seriouscut mengalami penurunan kualitas pelayanan. Dapat dilihat dari jumlah pelanggan yang mengalami penurunan cukup banyak pada 6 bulan terakhir ini dan komplain yang terjadi juga sering terjadi.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan usulan terhadap kualitas pelayanan usaha Seriouscut barbershop dengan menggunakan metode QFD. Dengan menggunakan *SERVQUAL* yang merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan atas jasa yang telah diterimanya yakni dengan cara membandingkan tingkat persepsi dan ekspektasinya. *Servqual* menilai kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi kualitas, yaitu dimensi empathy, assurance, reliability, responsiveness, dan tangibles.

Hasil yang didapatkan dari atribut yang perlu diprioritaskan dalam rangka perbaikan pelayanan Seriouscut. Atribut kebutuhan tersebut diperoleh dari hasil wawancara kemudian hasil wawancara tersebut diterjemahkan ke dalam atribut-atribut kebutuhan. serta pertimbangan dari *concept development* yang telah ditetapkan. Maka diperoleh 15 atribut kebutuhan berdasarkan dimensi *SERVQUAL*. Dan terdapat 4 usulan yang paling prioritas berdasarkan rangking perhitungan HOQ diantaranya yang perlu dilakukan perbaikan waktu rata-rata mencukur, training pegawai, varian menu *treatment*, pengalaman pegawai.

Kata kunci : QFD, kompetitor, UKM, kualitas pelayanan, *SERVQUAL*

## Abstract

Seriouscut Barbershop is a business engaged in barber man who was in Sukapura Telkom University campus. Seriouscut decreased quality of service. Can be seen from the number of customers has decreased quite a lot in the last 6 months and complaints that occur too often.

This study aims to make a proposal to the quality of business services Seriouscut barbershop using QFD. By using *SERVQUAL* which is one method that can be used to measure customer satisfaction on the services they have received that by comparing the level of perception and expectations. *Servqual* assess the quality of service based on five dimensions of quality, namely the dimensions of empathy, assurance, reliability, responsiveness, and tangibles.

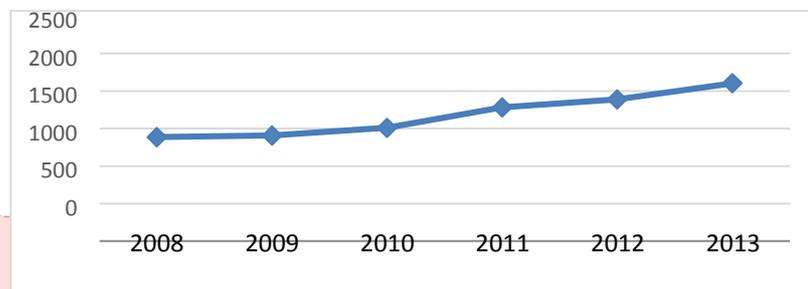
The results obtained from the attributes that need to be prioritized in order to improve service Seriouscut. The requirement attributes obtained from interviews and then the interview translated into attributes needs. as well as consideration of a development concept that has been set. Then obtained 15 attributes needed based on *SERVQUAL* dimensions. And there are four proposals of the highest priority ranking calculation based HOQ including the need to restore the average time to shave, employee training, treatment menu variant, employee experience.

Keywords: QFD, competitors, UKM, service quality, *SERVQUAL*

## I. PENDAHULUAN

Jawa Barat merupakan salah satu provinsi Indonesia yang memiliki jumlah penduduk terbesar. Provinsi Jawa Barat memiliki jumlah unit usaha sebesar 9.168.356 pada Tahun 2013. Terdiri dari usaha mikro, kecil menengah, dan makro. Dengan jumlah UKM tersebut maka akan membuka lapangan pekerjaan untuk penduduk didaerah sekitar khususnya Bandung yang terkenal dengan dunia *Fashion* dan Kulinernya. Kota Bandung sebagai pusat industri kreatif dan UKM tentunya akan memberikan gambaran secara real kegiatan perekonomian warganya. Berdasarkan lapangan usaha yang ada di kota Bandung, Penduduk yang bekerja di sektor perdagangan menempati urutan pertama yaitu sebesar 35,49 %, industri sebesar 24,60%. Didukung oleh data statistik

pertumbuhan UKM Kota Bandung sampai tahun 2013 berdasarkan sumber dari Dinas Koperasi, UKM, dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung.



Gambar **Error! No text of specified style in document.** 1 Pertumbuhan UKM Kota Bandung 2008-2013  
Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai peranan yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, keberadaan UKM ditengah masyarakat juga memberikan andil terhadap pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Sejak krisis ekonomi menimpa negara kita beberapa waktu belakangan ini, sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) justru terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut dibandingkan dengan usaha-usaha lain yang lebih besar. Dapat disimpulkan bahwa pengembangan UKM kedepannya perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Karena UKM sering terlilit hambatan dalam perluasan jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi pasar yang rendah, oleh karena itu produk yang dihasilkan jumlahnya sangat terbatas dan hal itu menyebabkan kesulitan menembus pasar nasional apalagi ke pasar internasional. Peneliti melakukan observasi di salah satu UKM guna mengetahui mekanisme kerja di dalamnya serta berpartisipasi secara aktif ataupun pasif guna membantu mengembangkan UKM tersebut.

Usaha *Barbershop* harus memiliki kualitas pelayanan yang baik bahkan dapat memberikan kepuasan yang memuaskan kepada pelanggan. Apabila konsumen telah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka konsumen akan loyal terhadap perusahaan tersebut (Triyono,2009). Keuntungan yang dapat didapatkan oleh perusahaan adalah bertambahnya jumlah pelanggan.

Usaha *Seriouscut Barbershop* merupakan Usaha Kecil Menengah (UKM) yang berdiri pada Tahun 2014 didaerah Telkom university tepatnya dijalan Sukapura dan kini memiliki cabang di geger kalong Bandung. Target pasar usaha salon khusus laki – laki “ *barbershop* ” lebih jelas dan spesifik. Jasa ini khusus ditujukan bagi kaum pria yang membutuhkan penampilan oke. Dari mulai anak – anak, pelajar, mahasiswa, remaja, lelaki dewasa, bapak - bapak dan kakek - kakek menjadi konsumen utama bisnis ini.

*Barbershop* yang mengakomodasi citra maskulin dan kenyamanan pelanggan menjadi konsep utama *Seriouscut Barbershop*. terdapat beberapa alasan *Barbershop* menjadi ladang bisnis potensial pada masa mendatang. Mayoritas pria dewasa merasa kurang nyaman untuk memangkas rambut di salon umum. Hal ini dikarenakan kapster di salon umum adalah para wanita yang kurang mengetahui tren model rambut pria terbaru. Pelayanan maksimal yang ditawarkan *Serious Barbershop* dilengkapi dengan peralatan pangkas rambut berstandar internasional seperti *hidrolis* dan *reclining* yang nyaman untuk para pelanggan. Selain pangkas rambut, *Seriouscut Babershop* juga melayani *hair tattoo* yaitu seni menggambar di kepala. Tarif jasa pangkas rambut yang ditawarkan *Seriouscut Barbershop* relatif terjangkau. Tarif pangkas rambut senilai Rp18.000. Jumlah pelanggan yang memangkas rambut perhari antara 10-30 orang dari berbagai kalangan baik tua maupun muda. Sementara omset pendapatan berbeda-beda atau tidak bisa ditentukan. *Seriouscut Barbershop* dibuka pada tahun 2014, terbilang baru namun cukup banyak orang yang mengetahui *Barbershop* tersebut hingga sekarang.

Pelanggan meningkat selama enam bulan pertama dengan keuntungan yang memuaskan. Tapi, pada periode juli sampai september jumlah pelanggan *Seriouscut Barbershop* mengalami penurunan jumlah pelanggan. Serta banyaknya masukan keluhan pelanggan Sehingga perusahaan *Seriouscut Barbershop* melakukan wawancara terhadap 25 pelanggan dengan menerima keluhan mengenai kualitas pelayanan. Berikut adalah pelanggan rata-rata pelanggan pangkas rambut *Seriouscut* selama 6 Bulan dapat dilihat pada Tabel I.1

Tabel I. 1 Rata-rata Pelanggan Seriouscut *Barbershop* selama 6 Bulan

NO	BULAN	JUMLAH PELANGGAN
1	April 2015	854
2	Mei 2015	942
3	Juni 2015	789
4	Juli 2015	756
5	Agustus 2015	652
6	September 2015	568

Sumber : Seriouscut

## II. DASAR TEORI DAN METODOLOGI

### II.1 Quality Fuction Deployment (QFD)

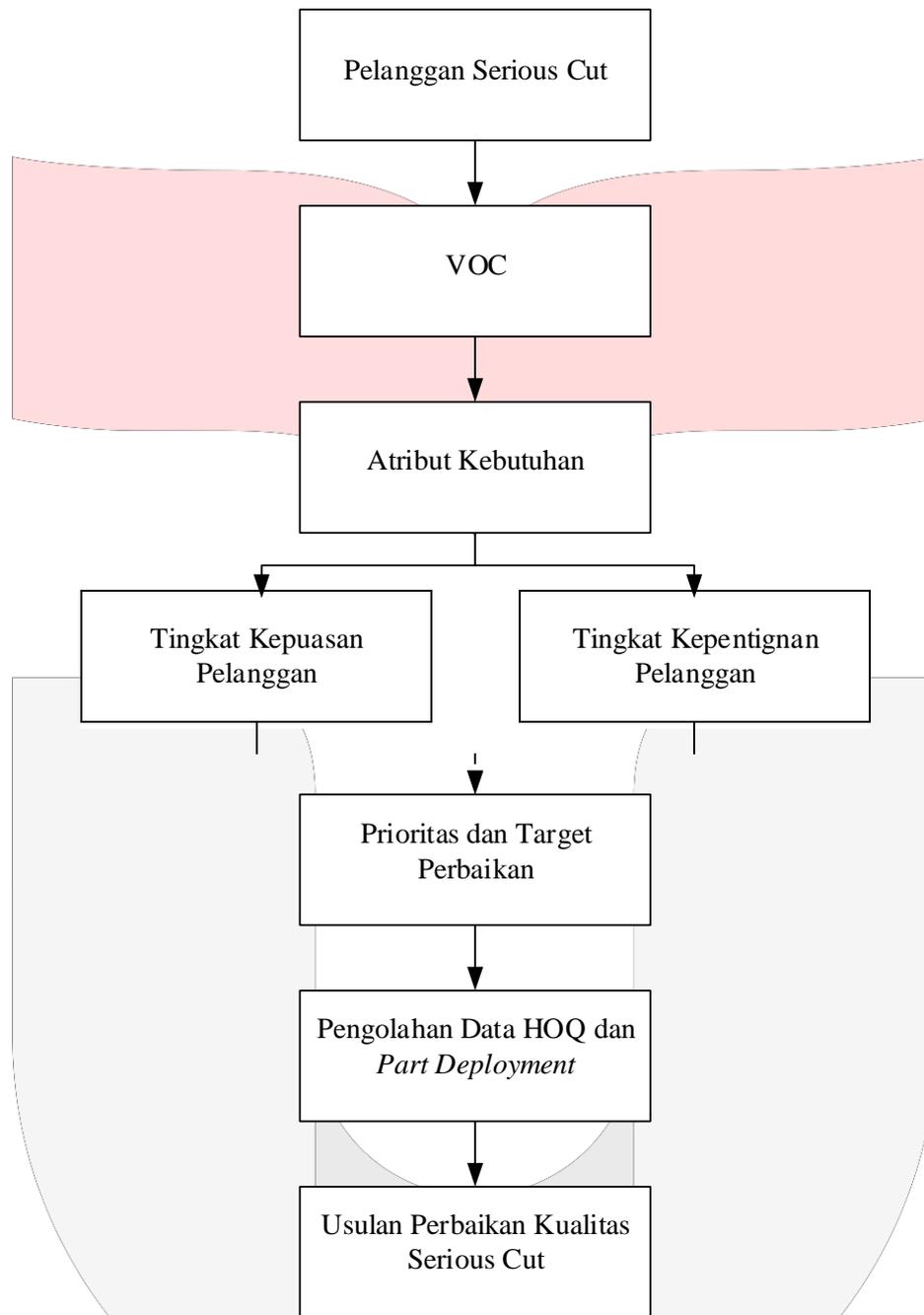
Quality Function Deployment merupakan metode terstruktur yang digunakan dalam proses perencanaan dan pengembangan produk untuk menetapkan spesifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta mengevaluasi secara sistematis kapabilitas suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan (Cohen, 1995). Quality Function Deployment (QFD) adalah sebuah sistem yang menerjemahkan kebutuhan konsumen menjadi kebutuhan perusahaan yang tepat pada setiap tahap, dari penelitian, melalui desain produk dan pengembangan untuk memproduksi, mendistribusi, mengiinstalasi pemasaran, serta penjualan dan layanan (Dale, 1994).

Manfaat-manfaat yang dapat diperoleh dari penerapan QFD dalam proses perancangan produk adalah (Dale, 1994):

1. Meningkatkan keandalan produk/jasa.
2. Meningkatkan kualitas produk/jasa.
3. Meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Meningkatkan time to market.
5. Mereduksi biaya perancangan.
6. Meningkatkan komunikasi.
7. Meningkatkan produktivitas.
8. Meningkatkan keuntungan perusahaan.

### II.2 Metodologi

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan peningkatan kualitas guna meningkatkan jumlah pelanggan. Dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2 Model konseptual penelitian

### III. PEMBAHASAN

#### III.1 Identifikasi Kebutuhan Pelanggan Seriouscut

Proses pengidentifikasian *customer needs* dari pelanggan Seriouscut. Dilakukan melalui proses wawancara terhadap pelanggan Seriouscut kemudian dari hasil wawancara tersebut didapatkan sebagai atribut kebutuhan guna proses perbaikan layanan kualitas di perusahaan Seriouscut

#### III.2 Penyusunan Atribut Kebutuhan Pelanggan

Penyusunan atribut kebutuhan berdasarkan lima dimensi *SERVQUAL* yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Kelima dimensi tersebut dijadikan sebagai acuan dalam pembuatan kuesioner. Berikut adalah pengelompokan atribut kebutuhan pelanggan Seriouscut:

Tabel IV. 1 Atribut Kebutuhan Pelanggan Seriouscut

NO	DIMENSI SERVQUAL	ATRIBUT KEBUTUHAN	SUMBER
1	<i>Tangibles</i>	Lokasi <i>outlet</i> yang strategis	VOC
2		Kebersihan <i>outlet</i>	VOC
3		Kerapihan pegawai	(Donoriyanto, 2009)
4		Kenyamanan ruang tunggu <i>outlet</i>	VOC dan (Desiawan, 2010)
5	<i>Tangibles</i>	Ketersediaan menu <i>treatment</i>	VOC
6	<i>Reliability</i>	Kejelasan pegawai dalam menyampaikan menu <i>treatment</i>	(Puspita, Dania, & Putri, 2014)
7		Kecepatan dan kerapihan mencukur	
8		Model cukuran yang sesuai	VOC
9		Pijitan yang nyaman	VOC
10		Kesesuaian proses transaksi (pembayaran dan pengembalian)	VOC
11	<i>Responsiveness</i>	Cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan	(Mandati, Deoranto, & Dewi, 2014)
12		Cepat dan tanggap menanggapi keluhan pelanggan	
13	<i>Assurance</i>	Sopan dan ramah terhadap pelanggan	VOC
14	<i>Emphaty</i>	Komunikatif terhadap pelanggan	VOC
15		Waktu antrean cepat	VOC

### III.3 Identifikasi Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Pelanggan Seriouscut

Pada tahap ini dilakukan pengidentifikasian tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan pelanggan yang diperoleh dari hasil wawancara. Dimana pelanggan yang melakukan pangkas rambut di perusahaan Seriouscut *Barbershop* dapat memberikan penilaian berupa tingkat kepentingan dan kepuasan terhadap kualitas maupun *service* yang diberikan Seriouscut *Barbershop*.

### III.4 Perancangan House Of Quality (QFD Iterasi 1)

Pada QFD iterasi 1 dilakukan pengolahan data sebanyak 13 tahap yaitu :

1. Penentuan *Goal*
2. *Improvement Ratio*
3. Penentuan *Sales Point*
4. *Raw Weight*
5. *Normalized Raw Weight*
6. Identifikasi Karakteristik Teknis
7. Identifikasi *Direction of Goodness* dari setiap karakteristik teknis
8. Identifikasi Hubungan Antar Karakteristik Teknis
9. Penentuan Atribut Kebutuhan Dengan Karakteristik teknis
10. Identifikasi Tingkat Kesulitan Setiap Karakteristik Teknis
11. Perhitungan Kontribusi dan normalisasi Kontribusi
12. Identifikasi *Technical Competitive Benchmarking*
13. Penentuan *Ranking* Karakteristik Teknis

### III.5 Perancangan Part Deployment (QFD Iterasi II)

1. Identifikasi Critical part
2. Identifikasi *Direction of Goodness* dari Setiap *Critical Part*
3. Identifikasi Tingkat Kesulitan Setiap *Critical Part*
4. Perhitungan Kontribusi dan Normalisasi Kontribusi

5. Identifikasi *Technical Competitive Benchmarking*
6. Penentuan *Ranking Critical Part*

#### IV. KESIMPULAN

1. Maka untuk melakukan peningkatan kualitas pelayanan Seriouscut *Barbershop* yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
  - a. Saat ini waktu mencukur di Seriouscut masih terbilang lama dikarenakan hanya terdapat 2 pegawai sedangkan antrean banyak dan pegawai lama dalam mencukur. Sehingga membuat pelanggan malas dan kesal menunggu. Oleh karena itu untuk mempercepat waktu sesuai target diperlukan pegawai tambahan dan perlunya *control* oleh *owner* kepada pegawai dan waktu mencukur maksimal 15 menit agar sesuai target.
  - b. Saat ini training pegawai dirasa kurang dikarenakan terkadang masih banyak pelanggan yang komplain. Oleh karena itu sebaiknya dilakukan pelatihan yang lebih sering kepada pegawai maka semakin sering pegawai di training maka semakin baik juga bagi peningkatan pelayanan.
  - c. Varian menu *treatment* dirasa sangat kurang karena tidak adanya keramas sehingga mengurangi minat pelanggan untuk melakukan *treatment* di Seriouscut *Barbershop*. Oleh karena itu perlu adanya tempat keramas agar varian menu *treatment* semakin baik kedepannya.
  - d. Pihak Seriouscut dirasa masih kurang dalam mencari pegawai dikarenakan cara melayani pelanggan masih kurang. Seharusnya pihak perusahaan lebih selektif dalam memilih pegawai yaitu menguji pegawai dan meminta bukti pengalaman dia bekerja di dunia barber.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Cohen, L. (1995). *Quality Function Deployment : How To Make QFD Work For You*. Addison Wesley Publishing Company.
- [2] Dale H., 1994, *Quality Control*, 4 th. Edition, Prentice-Hall
- [3] Donoriyanto, D. S., Dwi, Sukma (2009). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Dengan Metode SERVQUAL dan QFD di PT. Apas.
- [4] Puspita, A. D., Dania, W. P., & Putri, S. A. (2014). Analisis Pelayanan Restoran Cepat Saji Dengan Metode SERVQUAL (*Service Quality*) dan QFD (*Quality Function Deployment*) Studi Kasus di Prime Chicken.
- [5] Mandati, S. A., Deoranto, P., & Dewi, I. A. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Metode SERVQUAL Studi Kasus di Restoran Simpang Luwe. Malang.
- [6] Desiawan, V. A., Surjandari, Isti., & Dachyar (2010). Penerapan *Quality Function*