

## IMPLEMENTASI *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD) PADA PROSES LAYANAN DI CV BUANA TRAVEL TULUNGAGUNG

**Yessica Wijaya**

Jurusan Manajemen / Fakultas Bisnis & Ekonomika  
Yessica\_nice@yahoo.com

**Intisari**-Dalam rangka untuk melakukan peningkatan kualitas layanan pada proses layanan CV Buana Travel, dilakukan riset dengan mengimplementasikan *Quality Function Deployment* (QFD). Tujuan dari implementasi *Quality Function Deployment* (QFD) pada proses layanan adalah untuk mendapatkan *Voice of Customer*, Prioritas Tindakan Respon Teknis, serta menghasilkan usulan strategi yang sebaiknya diambil oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan proses layanan dalam perusahaan tersebut.

Berdasarkan riset yang dilakukan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD), didapatkan atribut-atribut yang menjadi prioritas untuk peningkatan kualitas layanan (waktu keberangkatan, kendaraan yang digunakan, pengemudi travel, harga layanan travel), serta usulan tindakan respon teknis yang dilakukan perusahaan (pembersihan dan pengecekan kendaraan, menambah rute baru, *training*). Dari perhitungan, dapat diketahui bahwa semua respon teknis dari perusahaan belum maksimum dan perlu ditingkatkan lagi, guna meningkatkan kualitas layanan proses layanan di CV Buana Travel.

Kata Kunci: *Voice of Customer*, *Quality Function Deployment*, Proses Layanan

**Abstract**-*In order to make improvements to the quality of service on the CV Buana Travel Service , conducted research to implement the Quality Function Deployment ( QFD ) . The purpose of the implementation of the Quality Function Deployment ( QFD ) in the service process is to get the Voice of the Customer , Technical Response Priority Actions , and produce proposals strategy should be taken by the company to improve the service quality of service processes within the company.*

*Based on research conducted using Quality Function Deployment ( QFD ) , obtained attributes priority to improving the quality of service ( departure time , the vehicle is used , the driver of travel , the price of travel services ) , as well as the technical response measures proposed by the company ( cleaning and checking of vehicles , adding new routes , training ) . From the calculation , it can be seen that all the technical response of the company has not been maximum and need to be improved , in order to improve the service quality of service processes in CV Buana Travel.*

Keywords : *Voice of Customer* , *Quality Function Deployment*, *Service Process*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan bisnis transportasi saat ini telah berkembang dengan pesat. Salah satu bisnis transportasi yang berkembang saat ini berupa travel. Pertumbuhan bisnis ini dapat mencapai 20% per tahunnya. Bisnis di bidang travel juga dianggap memiliki prospek yang cerah. Hal ini dikarenakan kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi semakin meningkat. Kehadiran sarana transportasi berupa travel menjadi salah satu alternatif untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang membutuhkan jasa transportasi hingga sampai ke tempat tujuan. Disisi lain, masyarakat pun menginginkan pelayanan travel yang nyaman, tepat waktu, ramah, dan ekonomis. Persaingan yang semakin ketat menuntut perusahaan yang menekuni bisnis travel harus bersaing dalam memberikan layanan yang sebaik-baiknya kepada konsumen sehingga mereka puas dengan layanan yang telah diberikan.

Melihat pentingnya kualitas layanan bagi kelangsungan hidup perusahaan, banyak perusahaan yang menekuni bisnis travel berlomba-lomba untuk memperbaiki kualitas layanannya. Perusahaan travel harus melakukan strategi perbaikan kualitas layanan tidak hanya untuk bertahan dalam kompetisi dengan pesaingnya tetapi juga untuk menjadi lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

Salah satu perusahaan yang telah lama menekuni usaha di bidang jasa ini adalah CV Buana Travel. Perusahaan ini telah berdiri sejak tahun 2000 dan sudah memiliki 25 armada dengan 7 jadwal keberangkatan setiap harinya. Perusahaan ini menerapkan strategi pemberian layanan dengan fasilitas yang cukup lengkap dan harga yang dapat dijangkau oleh masyarakat kalangan menengah.

CV Buana Travel menawarkan 3 layanan yaitu layanan angkutan penumpang antar kota, layanan pengiriman paket sampai ke kota tujuan pada hari yang sama, selanjutnya barang dapat diambil sendiri di kantor cabang CV Buana Travel maupun diantar sampai ke alamat tujuan dengan biaya pengiriman sesuai dengan volume barang tersebut, layanan angkutan penumpang yang mengandung unsur wisata. Apabila penumpang yang ingin melakukan kunjungan ke daerah pariwisata, CV Buana Travel sendiri hanya menyediakan fasilitas armada berupa

mobil, sopir dan BBM, sedangkan untuk tempat wisata yang akan dituju, penumpang yang akan menentukan.

Dalam pembahasan ini, penulis memilih untuk meneliti proses layanan travel terhadap penumpang untuk meningkatkan kualitas layanan travel. Proses layanan travel menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan dari penumpang. Seiring dengan berjalannya waktu, CV Buana Travel menemui berbagai permasalahan yang terkait dengan proses layanan travel mulai dari ketepatan waktu keberangkatan, tidak tersedianya fasilitas snack, kejelasan informasi terkait jadwal keberangkatan, kebersihan kendaraan, kesopanan dan keramahan pengemudi. Berbagai permasalahan masih menunjukkan adanya *gap* antara apa yang diinginkan pelanggan dan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan, selain itu perusahaan belum mampu menjawab semua keinginan dan persyaratan yang diinginkan oleh penumpang. Sehingga perlu dilakukan prioritas agar kualitas layanan yang diberikan perusahaan kepada penumpang meningkat. Setelah prioritas dari konsumen diketahui, maka akan segera disesuaikan dengan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan.

Dalam meningkatkan kualitas layanan diperlukan adanya manajemen kualitas untuk penjamin dari suatu kualitas produk atau layanan memiliki suatu alat bernama *Quality Function Deployment* (QFD) yang berfungsi untuk menerjemahkan harapan dan keinginan konsumen ke dalam matriks berbentuk rumah bernama *House of Quality* (HOQ) yang berguna untuk menghubungkan apa yang pelanggan inginkan terhadap bagaimana perusahaan dalam memproduksi produk atau jasa yang mereka inginkan.

## **METODE PENELITIAN**

*Voice of Customer* memiliki peranan penting dan menjadi langkah awal dalam penyusunan matriks kebutuhan pelanggan, oleh karena itu mengetahui kebutuhan dan keinginan penumpang CV Buana Travel mengenai proses layanan CV Buana Travel menjadi hal yang penting. Pengumpulan data kualitatif dilakukan dengan mewawancarai penumpang CV Buana Travel sejumlah 10

orang. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui kebutuhan sesungguhnya dari penumpang CV Buana Travel terkait pelayanan dari CV Buana Travel.

Hasil dari wawancara akan digunakan sebagai pembuatan kuisisioner untuk menentukan tingkat kepentingan, tingkat kepuasan perusahaan pesaing.

Pengolahan kuesioner menggunakan software SPSS untuk menentukan validitas dan reliabilitas. *r*-Hitung dapat dikatakan valid jika nilainya lebih besar atau sama dengan 0,5 ( $\geq 0,5$ ), sedangkan *Cronbach's Alpha* dikatakan reliabel jika nilainya lebih besar atau sama dengan 0,7 ( $\geq 0,7$ ).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

*Voice of Customer* merupakan suara pelanggan yang didapat dari hasil pengumpulan data kualitatif (wawancara) kepada beberapa pelanggan untuk mengetahui kebutuhan yang sesungguhnya, kemudian hasil wawancara tersebut digunakan sebagai bahan penyusunan kuesioner.

### A. Matriks Kebutuhan Pelanggan

Mencari kebutuhan pelanggan, dilakukan kegiatan wawancara dan didapatkan 4 atribut primer dan 22 atribut sekunder.

**Tabel 1**  
**Kebutuhan Penumpang**

Atribut Primer	Atribut Sekunder
Waktu Keberangkatan	Waktu keberangkatan sesuai Jadwal
	Pemberitahuan informasi jika terjadi keterlambatan
	Tidak terjadi kesalahan menjemput
	Pramuniaga cepat dan tangap
	Pemilihan tempat duduk sesuai keinginan
Kendaraan yang digunakan	Kebersihan Mobil
	AC berfungsi dengan baik
	Tidak ada kendala mobil selama perjalanan
	Pemberian fasilitas snack dan air
	Fasilitas Wifi, colokan Listrik dan televisi pada kendaraan yang digunakan

Sumber : Hasil wawancara yang sudah diolah

**Lanjutan Tabel 1**  
**Kebutuhan Penumpang**

<b>Atribut Primer</b>	<b>Atribut Sekunder</b>
Pengemudi travel	Sikap ramah dan sopan
	Kejelasan rute tujuan penumpang
	Memahami kondisi jalan sehingga tidak terjebak macet
	Memperhatikan keselamatan
	Memberikan nota pembayaran kepada penumpang
	Sigap melayani
	Berpakaian bersih dan rapi
Harga layanan travel	Lebih murah dari competitor
	Terjangkau
	Potongan harga
	Harga tiket sesuai dengan pelayanan
	Informasi layanan

Sumber : Hasil wawancara yang sudah diolah

Hasil dari wawancara akan digunakan sebagai dasar dalam mendapatkan data kuantitatif dengan menyusun kuesioner untuk mengukur tingkat kepentingan, tingkat kepuasan CV Buana Travel dan tingkat kepuasan Friends Travel berdasarkan 4 atribut primer dan 22 atribut sekunder tersebut. Setelah melakukan proses wawancara dan telah memperoleh data kebutuhan pelanggan maka dilakukanlah pengumpulan data kuantitatif dengan cara menyusun kuesioner berdasarkan atribut-atribut kebutuhan pelanggan. Pertama-tama kuesioner disebarkan kepada 30 orang konsumen yang pernah menggunakan layanan CV Buana Travel sebagai riset awal dan untuk mengetahui hasil dari uji validitas dan reliabilitas dari kuesioner tersebut. Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan alat ukur ketika digunakan dalam pengukuran, dan uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui seberapa besar kehandalan instrumen pengukuran data untuk setiap atribut-atribut kuesioner tersebut.

**Tabel 2**  
**Hasil Kuisisioner dan Uji Validitas Kuisisioner Kebutuhan Penumpang**

Atribut Primer	Atribut Sekunder	r-hitung	Cronbach's Alpha	Keterangan
Waktu Keberangkatan	Waktu keberangkatan sesuai Jadwal	0,650	0,715	Valid & Reliabel
	Pemberitahuan informasi jika terjadi keterlambatan	0,743		Valid & Reliabel
	Tidak terjadi kesalahan menjemput	0,695		Valid & Reliabel
	Pramuniaga cepat dan tangap	0,701		Valid & Reliabel
	Pemilihan tempat duduk sesuai keinginan	0,655		Valid & Reliabel
Kendaraan yang digunakan	Kebersihan Mobil	0,779	0,766	Valid & Reliabel
	AC berfungsi dengan baik	0,742		Valid & Reliabel
	Tidak ada kendala mobil selama perjalanan	0,672		Valid & Reliabel
	Pemberian fasilitas snack dan air	0,775		Valid & Reliabel
	Fasilitas Wifi, colokan Listrik dan televisi pada kendaraan yang digunakan	0,634		Valid & Reliabel
Pengemudi travel	Sikap ramah dan sopan	0,688	0,873	Valid & Reliabel
	Kejelasan rute tujuan penumpang	0,681		Valid & Reliabel
	Memahami kondisi jalan sehingga tidak terjebak macet	0,705		Valid & Reliabel
	Memperhatikan keselamatan	0,773		Valid & Reliabel
	Memberikan nota pembayaran kepada penumpang	0,802		Valid & Reliabel
	Sigap melayani	0,877		Valid & Reliabel
	Berpakaian bersih dan rapi	0,768		Valid & Reliabel
Harga layanan travel	Lebih murah dari competitor	0,753	0,770	Valid & Reliabel
	Terjangkau	0,796		Valid & Reliabel
	Potongan harga	0,732		Valid & Reliabel
	Harga tiket sesuai dengan pelayanan	0,693		Valid & Reliabel
	Informasi layanan	0,640		Valid & Reliabel

Sumber : Hasil kuisisioner yang sudah diolah

Dapat dilihat dari hasil uji validitas dan reliabilitas bahwa atribut telah memiliki r-Hitung diatas 0,5 dan *Cronbach's Alpha* diatas 0,7, sehingga dapat dikatakan bahwa kuisisioner riset awal cukup valid dan reliabel.

Setelah diketahui bahwa kuisisioner sudah valid dan reliabel maka dilakukan pembuatan dan penyebaran kuisisioner untuk penelitian. Pada penelitian selanjutnya dilakukan penyebaran kuisisioner dengan kriteria responden yang pernah menggunakan travel, khususnya menggunakan Buana Travel dan menggunakan Friends Travel (Kompetitor). Selanjutnya setelah semua kuisisioner

disebar ke semua responden, maka tahap selanjutnya adalah pembuatan matriks perencanaan.

**A. Matriks Perencanaan**

Matriks ini merupakan laporan data kuantitatif dari setiap keinginan dan kebutuhan penumpang. Data tersebut dipergunakan untuk memutuskan faktor kebutuhan dan keinginan manakah dari produk atau jasa yang direncanakan atau ditekankan selama proyek pengembangan dijalankan. Pada bagian ini ditunjukkan bagaimana *Quality Function Deployment* membantu tim untuk melakukan perencanaan strategik bagi produk perusahaan. Matriks ini membandingkan kinerja produk atau jasa dalam memenuhi kepuasan bagi kebutuhan penumpang dengan kinerja pesaing.

**1. Importance to Customer**

*Importance to Customer* ini berisikan hal-hal yang dipentingkan oleh penumpang terhadap produk layanan CV Buana Travel dan seberapa penting kebutuhan tersebut bagi penumpang CV Buana Travel.

**Tabel 3**  
***Importance to Customer***

Atribut Primer	Atribut Sekunder	Nilai Kepentingan	Keterangan
Waktu keberangkatan	Ketepatan waktu keberangkatan	4.23	Sangat Penting
	Adanya informasi apabila ada ketidak sesuaian waktu keberangkatan	4.20	Sangat Penting
	Tidak terjadi kesalahan dalam penjemputan penumpang	4.07	Sangat Penting
	Kecepatan dan ketanggapan pramuniaga	4.12	Sangat Penting
	Pemilihan tempat duduk sesuai keinginan penumpang	4.15	Sangat Penting
<b>Rata-Rata Atribut 1</b>		<b>4.15</b>	<b>Sangat Penting</b>

Sumber : Hasil kuesioner yang sudah diolah

**Lanjutan Tabel 3**  
**Importance to Customer**

Atribut Primer	Atribut Sekunder	Nilai Kepentingan	Keterangan
Kendaraan yang digunakan	Kebersihan kendaraan yang digunakan	4.18	Sangat Penting
	AC Mobil berfungsi dengan baik	4.08	Sangat Penting
	Tidak adanya kendala pada kendaraan yang digunakan	4.02	Sangat Penting
	Penumpang diberikan fasilitas snack dan air	4.09	Sangat Penting
	Fasilitas Wifi, colokan listrik dan televisi pada kendaraan yang digunakan	3.89	Penting
<b>Rata-Rata Atribut 2</b>		<b>4.05</b>	<b>Sangat Penting</b>
Pengemudi Travel	Pengemudi travel bersikap ramah dan sopan kepada penumpang selama perjalanan.	4.03	Sangat Penting
	Pengemudi travel mengetahui pasti rute tujuan penumpang dari yang terdekat hingga terjauh.	4.23	Sangat Penting
	Pengemudi travel mengetahui informasi kondisi jalan sehingga tidak terjebak macet.	4.08	Sangat Penting
	Pengemudi travel Mengemudi dengan memperhatikan keselamatan penumpang	4.20	Sangat Penting
	Pengemudi memberikan nota pembayaran kepada penumpang.	4.13	Sangat Penting
	Pengemudi sigap dalam melayani penumpang di jalan.	4.14	Sangat Penting
	Pengemudi berpakaian bersih dan rapi.	4.05	Sangat Penting
<b>Rata-Rata Atribut 3</b>		<b>4.12</b>	<b>Sangat Penting</b>
Harga Layanan Travel	Harga tiket travel lebih murah dibandingkan dengan pesaingnya.	4.08	Sangat Penting
	Harga tiket yang ditawarkan dapat dijangkau oleh masyarakat kalangan menengah.	4.05	Sangat Penting
	Adanya bonus atau hadiah apabila penumpang menggunakan jasa travel dalam jumlah tertentu.	4.04	Sangat Penting
	Harga tiket sesuai dengan layanan yang diberikan	4.11	Sangat Penting
	Pemberian informasi layanan jelas seperti diskon maupun promo	3.98	Penting
<b>Rata-Rata Atribut 4</b>		<b>4.05</b>	<b>Sangat Penting</b>
<b>Rata-Rata Total</b>		<b>4.09</b>	<b>Sangat Penting</b>

Sumber: Hasil kuisioner yang sudah diolah

## 2. Customer Satisfaction Performance

*Customer Satisfaction Performance* ini berisikan persepsi penumpang tentang seberapa baik layanan CV Buana Travel saat ini di dalam memenuhi kebutuhan para penumpang CV Buana Travel.

**Tabel 4**  
**Customer Satisfaction Performance**

Atribut Primer	Atribut Sekunder	Nilai Kepuasan CV Buana Travel	Keterangan
Waktu keberangkatan	Ketepatan waktu keberangkatan	2.52	Tidak Puas
	Adanya informasi apabila ada ketidak sesuaian waktu keberangkatan	2.78	Tidak Puas
	Tidak terjadi kesalahan dalam penjemputan penumpang	2.80	Tidak Puas
	Kecepatan dan ketanggapan pramuniaga	2.92	Tidak Puas
	Pemilihan tempat duduk sesuai keinginan penumpang	3.25	Puas
	<b>Rata-Rata Atribut 1</b>	<b>2.85</b>	<b>Tidak Puas</b>
Kendaraan yang digunakan	Kebersihan kendaraan yang digunakan	2.74	Tidak Puas
	AC Mobil berfungsi dengan baik	2.80	Tidak Puas
	Tidak adanya kendala pada kendaraan yang digunakan	2.91	Tidak Puas
	Penumpang diberikan fasilitas snack dan air	2.99	Tidak Puas
	Fasilitas Wifi, colokan listrik dan televisi pada kendaraan yang digunakan	2.98	Tidak Puas
	<b>Rata-Rata Atribut 2</b>	<b>2.88</b>	<b>Tidak Puas</b>
Pengemudi Travel	Pengemudi travel bersikap ramah dan sopan kepada penumpang selama perjalanan.	3.15	Puas
	Pengemudi travel mengetahui pasti rute tujuan penumpang dari yang terdekat hingga terjauh.	2.81	Tidak Puas
	Pengemudi travel mengetahui informasi kondisi jalan sehingga tidak terjebak macet.	2.91	Tidak Puas
	Pengemudi travel mengemudi dengan memperhatikan keselamatan penumpang	3.30	Puas
	Pengemudi memberikan nota pembayaran kepada penumpang.	3.17	Puas
	Pengemudi sigap dalam melayani penumpang di jalan.	3.21	Puas
	Pengemudi berpakaian bersih dan rapi.	3.19	Puas
		<b>Rata-Rata Atribut 3</b>	<b>3.11</b>
Harga Layanan Travel	Harga tiket travel lebih murah dibandingkan dengan pesaingnya.	2.76	Tidak Puas
	Harga tiket yang ditawarkan dapat dijangkau oleh masyarakat kalangan menengah.	3.03	Puas
	Adanya bonus atau hadiah apabila penumpang menggunakan jasa travel dalam jumlah tertentu.	3.17	Puas
	Harga tiket sesuai dengan layanan yang diberikan	3.19	Puas
	Pemberian informasi layanan jelas seperti diskon maupun promo	3.17	Puas
	<b>Rata-Rata Atribut 4</b>	<b>3.06</b>	<b>Puas</b>
	<b>Rata-rata</b>	<b>2.98</b>	<b>Tidak Puas</b>

Sumber : Hasil kuesioner yang sudah diolah

### 3. *Competitive Satisfaction Performance*

Tujuan dalam bagian ini untuk mengetahui seberapa baik perusahaan pesaing didalam memenuhi kebutuhan para penumpangnya terkait dengan layanan travel yang ada pada perusahaan pesaing.

**Tabel 5**  
***Competitive Satisfaction Performance***

Atribut Primer	Atribut Sekunder	Nilai Kepuasan CV Friends Travel	Keterangan
Waktu keberangkatan	Ketepatan waktu keberangkatan	3.15	Puas
	Adanya informasi apabila ada ketidak sesuaian waktu keberangkatan	3.31	Puas
	Tidak terjadi kesalahan dalam penjemputan penumpang	3.30	Puas
	Kecepatan dan ketanggapan pramuniaga	3.35	Puas
	Pemilihan tempat duduk sesuai keinginan penumpang	3.85	Puas
<b>Rata-Rata Atribut 1</b>		<b>3.39</b>	<b>Puas</b>
Kendaraan yang digunakan	Kebersihan kendaraan yang digunakan	3.82	Puas
	AC Mobil berfungsi dengan baik	3.73	Puas
	Tidak adanya kendala pada kendaraan yang digunakan	4.07	Sangat Puas
	Penumpang diberikan fasilitas snack dan air	4.01	Sangat Puas
	Fasilitas Wifi, colokan listrik dan televisi pada kendaraan yang digunakan	3.97	Puas
<b>Rata-Rata Atribut 2</b>		<b>3.92</b>	<b>Puas</b>
Pengemudi Travel	Pengemudi travel bersikap ramah dan sopan kepada penumpang selama perjalanan.	3.78	Puas
	Pengemudi travel mengetahui pasti rute tujuan penumpang dari yang terdekat hingga terjauh.	3.58	Puas
	Pengemudi travel mengetahui informasi kondisi jalan sehingga tidak terjebak macet.	3.91	Puas
	Pengemudi travel Mengemudi dengan memperhatikan keselamatan penumpang	3.68	Puas
	Pengemudi memberikan nota pembayaran kepada penumpang.	3.91	Puas
	Pengemudi sigap dalam melayani penumpang di jalan.	4.02	Sangat Puas
	Pengemudi berpakaian bersih dan rapi.	4.13	Sangat Puas
<b>Rata-Rata Atribut 3</b>		<b>3.86</b>	<b>Puas</b>
Harga Layanan Travel	Harga tiket travel lebih murah dibandingkan dengan pesaingnya.	3.91	Puas
	Harga tiket yang ditawarkan dapat dijangkau oleh masyarakat kalangan menengah.	4.00	Sangat Puas
	Adanya bonus atau hadiah apabila penumpang menggunakan jasa travel dalam jumlah tertentu.	3.93	Puas
	Harga tiket sesuai dengan layanan yang diberikan	4.03	Sangat Puas
	Pemberian informasi layanan jelas seperti diskon maupun promo	3.97	Puas
<b>Rata-Rata Atribut 4</b>		<b>3.97</b>	<b>Puas</b>
<b>Rata-Rata Total</b>		<b>3.78</b>	<b>Puas</b>

Sumber : Hasil kuesioner yang sudah diolah

#### 4. Goal

Goal merupakan level *performance* yang ingin dicapai perusahaan untuk memenuhi kebutuhan penumpang. *Performance goal* ini dinyatakan dalam bentuk skala *numeric* paling tinggi yang diambil dari perbandingan nilai kepentingan (*Importance to Customer*), nilai kepuasan penumpang kualitas layanan CV Buana Travel (*Customer Satisfaction Performance*) dan nilai kepuasan penumpang terhadap kualitas layanan di kompetitor yakni CV Friends Travel (*Competitive Satisfaction Performance*).

**Tabel 6**  
**Nilai Goal**

Atribut Primer	Atribut Sekunder	Nilai Kepentingan	Nilai Kepuasan CV Buana Travel	Nilai Kepuasan CV Friends Travel	Nilai Goal
Waktu keberangkatan	Ketepatan waktu keberangkatan	4.23	2.52	3.15	4.23
	Adanya informasi apabila ada ketidak sesuaian waktu keberangkatan	4.20	2.78	3.31	4.20
	Tidak terjadi kesalahan dalam penjemputan penumpang	4.07	2.80	3.30	4.07
	Kecepatan dan ketanggapan pramuniaga	4.12	2.92	3.35	4.12
	Pemilihan tempat duduk sesuai keinginan penumpang	4.15	3.25	3.85	4.15
Kendaraan yang digunakan	Kebersihan kendaraan yang digunakan	4.18	2.74	3.82	4.18
	AC Mobil berfungsi dengan baik	4.08	2.80	3.73	4.08
	Tidak adanya kendala pada kendaraan yang digunakan	4.02	2.91	4.07	4.07
	Penumpang diberikan fasilitas snack dan air	4.09	2.99	4.01	4.09
	Fasilitas Wifi, colokan listrik dan televisi pada kendaraan yang digunakan	3.89	2.98	3.97	3.97

Sumber: hasil kuisioner yang sudah diolah

**Lanjutan Tabel 6**  
**Nilai Goal**

Atribut Primer	Atribut Sekunder	Nilai Kepentingan	Nilai Kepuasan CV Buana Travel	Nilai Kepuasan CV Friends Travel	Nilai Goal
Pengemudi Travel	Pengemudi travel bersikap ramah dan sopan kepada penumpang selama perjalanan.	4.03	3.15	3.78	4.03
	Pengemudi travel mengetahui pasti rute tujuan penumpang dari yang terdekat hingga terjauh.	4.23	2.81	3.58	4.23
	Pengemudi travel mengetahui informasi kondisi jalan sehingga tidak terjebak macet.	4.08	2.91	3.91	4.08
	Pengemudi travel Mengemudi dengan memperhatikan keselamatan penumpang	4.20	3.30	3.68	4.20
	Pengemudi memberikan nota pembayaran kepada penumpang.	4.13	3.17	3.91	4.13
	Pengemudi sigap dalam melayani penumpang di jalan.	4.14	3.21	4.02	4.14
	Pengemudi berpakaian bersih dan rapi.	4.05	3.19	4.13	4.13
Harga Layanan Travel	Harga tiket travel lebih murah dibandingkan dengan pesaingnya.	4.08	2.76	3.91	4.08
	Harga tiket yang ditawarkan dapat dijangkau oleh masyarakat kalangan menengah.	4.05	3.03	4.00	4.05
	Adanya bonus atau hadiah apabila penumpang menggunakan jasa travel dalam jumlah tertentu.	4.04	3.17	3.93	4.04
	Harga tiket sesuai dengan layanan yang diberikan	4.11	3.19	4.03	4.11
	Pemberian informasi layanan jelas seperti diskon maupun promo	3.98	3.17	3.97	3.98

Sumber: hasil kuisioner yang sudah diolah

### 5. *Improvement Ratio*

Nilai dari *Improvement Ratio* ini berkaitan dengan tingkat kepentingan dan *goal* yang akan dituju.

**Tabel 7**  
***Improvement Ratio***

Atribut Primer	Atribut Sekunder	Improvement ratio
Waktu keberangkatan	Ketepatan waktu keberangkatan	1,675
	Adanya informasi apabila ada ketidak sesuaian waktu keberangkatan	1,514
	Tidak terjadi kesalahan dalam penjemputan penumpang	1,448
	Kecepatan dan ketanggapan pramuniaga	1,406
	Pemilihan tempat duduk sesuai keinginan penumpang	1,278
Kendaraan yang digunakan	Kebersihan kendaraan yang digunakan	1,525
	AC Mobil berfungsi dengan baik	1,460
	Tidak adanya kendala pada kendaraan yang digunakan	1,400
	Penumpang diberikan fasilitas snack dan air	1,369
	Fasilitas Wifi, colokan listrik dan televisi pada kendaraan yang digunakan	1,332
Pengemudi Travel	Pengemudi travel bersikap ramah dan sopan kepada penumpang selama perjalanan.	1,277
	Pengemudi travel mengetahui pasti rute tujuan penumpang dari yang terdekat hingga terjauh.	1,498
	Pengemudi travel mengetahui informasi kondisi jalan sehingga tidak terjebak macet.	1,402
	Pengemudi travel Mengemudi dengan memperhatikan keselamatan penumpang	1,277
	Pengemudi memberikan nota pembayaran kepada penumpang.	1,299
	Pengemudi sigap dalam melayani penumpang di jalan.	1,290
	Pengemudi berpakaian bersih dan rapi.	1,295
Harga Layanan Travel	Harga tiket travel lebih murah dibandingkan dengan pesaingnya.	1,474
	Harga tiket yang ditawarkan dapat dijangkau oleh masyarakat kalangan menengah.	1,339
	Adanya bonus atau hadiah apabila penumpang menggunakan jasa travel dalam jumlah tertentu.	1,272
	Harga tiket sesuai dengan layanan yang diberikan	1,290
	Pemberian informasi layanan jelas seperti diskon maupun promo	1,256

Sumber : Hasil kuesioner yang sudah diolah

### 6. *Sales Point*

*Sales Point* merupakan informasi kemampuan perusahaan didalam memberikan layanan berdasarkan seberapa baik kebutuhan penumpang terpenuhi.

Nilai yang digunakan untuk mengukur *sales point* ini adalah Nilai 1,0: tidak penting bagi proses layanan CV Buana Travel; Nilai 1,2: cukup penting untuk layanan CV Buana Travel; Nilai 1,5: sangat penting untuk layanan CV Buana Travel .

**Tabel 8**  
**Nilai Sales Point**

Atribut Primer	Atribut Sekunder	Nilai Sales Point	Keterangan
Waktu keberangkatan	Ketepatan waktu keberangkatan	1.5	Sangat Penting
	Adanya informasi apabila ada ketidak sesuaian waktu keberangkatan	1.5	Sangat Penting
	Tidak terjadi kesalahan dalam penjemputan penumpang	1.5	Sangat Penting
	Kecepatan dan ketanggapan pramuniaga	1.5	Sangat Penting
	Pemilihan tempat duduk sesuai keinginan penumpang	1.2	Penting
Kendaraan yang digunakan	Kebersihan kendaraan yang digunakan	1.5	Sangat Penting
	AC Mobil berfungsi dengan baik	1.5	Sangat Penting
	Tidak adanya kendala pada kendaraan yang digunakan	1.5	Sangat Penting
	Penumpang diberikan fasilitas snack dan air	1.5	Sangat Penting
	Fasilitas Wifi, colokan listrik dan televisi pada kendaraan yang digunakan	1	Tidak Penting
Pengemudi Travel	Pengemudi travel bersikap ramah dan sopan kepada penumpang selama perjalanan.	1.5	Sangat Penting
	Pengemudi travel mengetahui pasti rute tujuan penumpang dari yang terdekat hingga terjauh.	1.5	Sangat Penting
	Pengemudi travel mengetahui informasi kondisi jalan sehingga tidak terjebak macet.	1.5	Sangat Penting
	Pengemudi travel Mengemudi dengan memperhatikan keselamatan penumpang	1.5	Sangat Penting
	Pengemudi memberikan nota pembayaran kepada penumpang.	1.2	Penting
	Pengemudi sigap dalam melayani penumpang di jalan.	1.5	Sangat Penting
	Pengemudi berpakaian bersih dan rapi.	1.5	Sangat Penting
Harga Layanan Travel	Harga tiket travel lebih murah dibandingkan dengan pesaingnya.	1.5	Sangat Penting
	Harga tiket yang ditawarkan dapat dijangkau oleh masyarakat kalangan menengah.	1.2	Penting
	Adanya bonus atau hadiah apabila penumpang menggunakan jasa travel dalam jumlah tertentu.	1.2	Penting
	Harga tiket sesuai dengan layanan yang diberikan	1.5	Sangat Penting
	Pemberian informasi layanan jelas seperti diskon maupun promo	1.2	Penting

Sumber : Hasil wawancara yang sudah diolah

**7. Raw Weight dan Normalized Raw Weight**

Perhitungan pada kolom ini menunjukkan kepentingan menyeluruh dari kebutuhan dan keinginan penumpang untuk CV Buana Travel terkait layanan CV Buana Travel.

**Tabel 9**  
**Raw Weight dan Normalized Raw Weight**

Atribut Primer	Atribut Sekunder	Nilai Raw Weight	Normalized Raw Weight
Waktu keberangkatan	Ketepatan waktu keberangkatan	10,606	0,060
	Adanya informasi apabila ada ketidak sesuaian waktu keberangkatan	9,549	0,054
	Tidak terjadi kesalahan dalam penjemputan penumpang	8,819	0,050
	Kecepatan dan ketanggapan pramuniaga	8,673	0,049
	Pemilihan tempat duduk sesuai keinginan penumpang	6,363	0,036
Kendaraan yang digunakan	Kebersihan kendaraan yang digunakan	9,541	0,054
	AC Mobil berfungsi dengan baik	8,968	0,051
	Tidak adanya kendala pada kendaraan yang digunakan	8,472	0,048
	Penumpang diberikan fasilitas snack dan air	8,404	0,048
	Fasilitas Wifi, colokan listrik dan televisi pada kendaraan yang digunakan	5,181	0,029
Pengemudi Travel	Pengemudi travel bersikap ramah dan sopan kepada penumpang selama perjalanan.	7,696	0,044
	Pengemudi travel mengetahui pasti rute tujuan penumpang dari yang terdekat hingga terjauh.	9,471	0,054
	Pengemudi travel mengetahui informasi kondisi jalan sehingga tidak terjebak macet.	8,590	0,049
	Pengemudi travel Mengemudi dengan memperhatikan keselamatan penumpang	8,073	0,046
	Pengemudi memberikan nota pembayaran kepada penumpang.	6,423	0,036
	Pengemudi sigap dalam melayani penumpang di jalan.	8,020	0,045
	Pengemudi berpakaian bersih dan rapi.	7,869	0,045
Harga Layanan Travel	Harga tiket travel lebih murah dibandingkan dengan pesaingnya.	8,993	0,051
	Harga tiket yang ditawarkan dapat dijangkau oleh masyarakat kalangan menengah.	6,510	0,037
	Adanya bonus atau hadiah apabila penumpang menggunakan jasa travel dalam jumlah tertentu.	6,159	0,035
	Harga tiket sesuai dengan layanan yang diberikan	7,952	0,045
	Pemberian informasi layanan jelas seperti diskon maupun promo	6,003	0,034

Sumber: hasil kuisioner yang sudah diolah

**C. Respon Teknis**

Matriks ini berisikan cara-cara perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan penumpang. Cara pemenuhan keinginan penumpang merupakan faktor-faktor penting yang harus ada pada produk atau jasa yang akan ditingkatkan kualitasnya. Untuk mendapatkan faktor-faktor penting tersebut maka akan dilakukan diskusi dan wawancara terlebih dahulu dengan pihak-pihak internal CV Buana Travel yang paling mengerti akan layanan CV Buana Travel.

**Tabel 10**  
**Respon Teknis**

No	Respon Teknis	Spesifikasi
1	Pembersihan dan Pengecekan kendaraan	Pembersihan dan Pengecekan kendaraan dilakukan sebelum kendaraan dipakai. Kegiatan ini dilakukan oleh teknisi dan supir dari kendaraan tersebut. Tujuan dari pembersihan kendaraan agar kendaraan yang dipakai bersih baik dari sisi dalam kendaraan dan sisi luar kendaraan. Pengecekan kendaraan yang dipakai bertujuan agar kendaraan tersebut tidak menemui masalah ketika dipakai.
2	Penambahan Rute Baru	Penambahan Rute baru bertujuan untuk mengefektifkan rute yang ada serta menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan penambahan rute, maka biaya akan lebih murah karena penggunaan kendaraan akan lebih efisien.
3	Training	Training dilakukan kepada supir kendaraan, teknisi dan pramuniaga. Hal ini bertujuan agar memberikan service yang lebih baik kepada penumpang.

Sumber : Hasil wawancara yang telah diolah

**B. Matriks Hubungan**

Pada matriks ini dilakukan pembobotan berdasarkan kekuatan hubungan antara *Voice of Customer* dengan respon teknis. Adapun besar pembobotan yang diberikan bernilai :

Nilai 0 : menunjukkan hubungan yang sangat lemah antara *Voice of Customer* dengan respon teknis, sebab faktor-faktor kedua sisi tersebut tidak memiliki hubungan sama sekali, sehingga tidak perlu diberi nilai.

Nilai 1 : menunjukkan hubungan yang lemah antara *Voice of Customer* dengan respon teknis, biasanya dituliskan dengan simbol segitiga (  $\triangle$  )

Nilai 3 : menunjukkan hubungan yang sedang antara *Voice of Customer* dengan respon teknis, biasanya dituliskan dengan simbol lingkaran yang kosong (  $\bigcirc$  )

Nilai 9 : menunjukkan hubungan yang kuat antara *Voice of Customer* dengan respon teknis, biasanya dituliskan dengan symbol lingkaran penuh (  $\odot$  )

**Tabel 11**

***Relationship Matrix***

Atribut primer	Atribut sekunder	No	Pengecekan dan pembersihan kendaraan	Penambahan Rute Baru	Training karyawan dan Supir
			1	2	3
Waktu keberangkatan	Ketepatan waktu keberangkatan	1	$\bigcirc$ 3	$\triangle$ 1	$\bigcirc$ 0
	Adanya informasi apabila ada ketidak sesuaian waktu keberangkatan	2	0	0	$\odot$ 9
	Tidak terjadi kesalahan dalam penjemputan penumpang	3	0	0	$\odot$ 9
	Kecepatan dan ketanggapan pramuniaga	4	0	0	$\odot$ 9
	Pemilihan tempat duduk sesuai keinginan penumpang	5	0	0	0
Kendaraan yang digunakan	Kebersihan kendaraan yang digunakan	6	$\odot$ 9	0	$\bigcirc$ 3
	AC Mobil berfungsi dengan baik	7	$\odot$ 9	0	0
	Tidak adanya kendala pada kendaraan yang digunakan	8	$\odot$ 9	0	0
	Penumpang diberikan fasilitas snack dan air	9	0	0	$\triangle$ 1
	Fasilitas Wifi, colokan listrik dan televisi pada kendaraan yang digunakan	10	$\triangle$ 1	0	0

Sumber: Hasil wawancara yang sudah diolah

**Lanjutan Tabel 11**  
***Relationship Matrix***

Atribut primer	Atribut sekunder	No	Pengecekan dan pembersihan kendaraan	Penambahan Rute Baru	Training karyawan dan Supir
			1	2	3
Pengemudi Travel	Pengemudi travel bersikap ramah dan sopan terhadap penumpang	11			 9
	Pengemudi travel mengetahui pasti rute tujuan penumpang dari yang terdekat hingga terjauh.	12	0	3	 9
	Pengemudi travel mengetahui informasi kondisi jalan sehingga tidak terjebak macet.	13	0	3	3
	Pengemudi travel Mengemudi dengan memperhatikan keselamatan penumpang	14	0	0	9
	Pengemudi memberikan nota pembayaran kepada penumpang.	15	0	0	3
	Pengemudi sigap dalam melayani penumpang di jalan.	16	0	0	9
	Pengemudi berpakaian bersih dan rapi.	17	0	0	3

Sumber: Hasil kuisioner yang sudah diolah

**Lanjutan Tabel 11**  
**Relationship Matrix**

Atribut primer	Atribut sekunder	No	Pengecekan dan pembersihan kendaraan	Penambahan Rute Baru	Training karyawan dan Supir
Harga Layanan Travel	Harga tiket yang ditawarkan dapat dijangkau oleh masyarakat kalangan menengah.	19	1	2	3
					
			1	9	0
	Adanya bonus atau hadiah apabila penumpang menggunakan jasa travel dalam jumlah tertentu.	20	0	0	0
	Harga tiket sesuai dengan layanan yang diberikan	21			
	Pemberian informasi layanan jelas seperti diskon maupun promo	22	0	0	
			0	0	3

Sumber: Hasil kuisioner yang sudah diolah

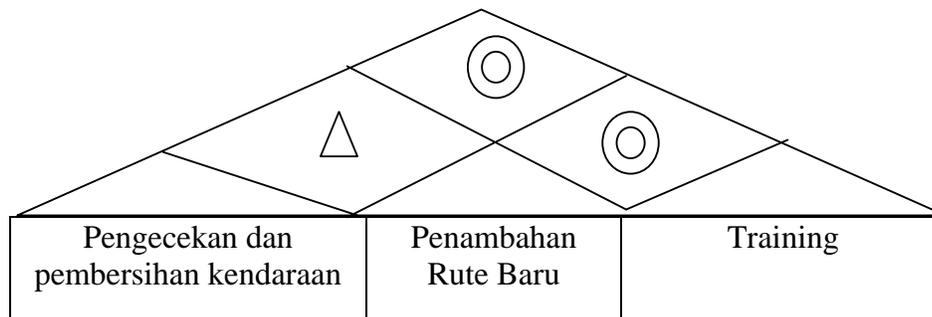
### C. Korelasi Teknis

Korelasi Teknis perlu dibuat untuk memetakan hubungan dan ketergantungan antara tim respon teknis. Ada lima macam hubungan pada korelasi teknis ini, yaitu:

- Nilai +9 : berhubungan positif sangat kuat,
- Nilai +3 : berhubungan positif cukup kuat,
- Nilai 0 : tidak ada hubungan,
- Nilai -3 : pengaruh negative cukup kuat, dan

Nilai -9 : pengaruh negative sangat kuat.

Dalam menentukan hubungan pada korelasi teknis ini maka perlu dilakukan diskusi dengan pihak internal CV Buana Travel yang paling mengerti akan layanan CV Buana Travel .



**Gambar 1**  
**Korelasi Teknis**

Sumber: hasil wawancara yang sudah diolah

## F. Matriks Teknis

Matriks teknis ini bertujuan untuk menentukan respon teknis mana yang ingin dikonsentrasikan dan bagaimana jika dibandingkan dengan produk pesaing. Pada matriks ini ada 3 bagian, yaitu :

### 1. Prioritas

Prioritas merupakan bagian yang berisikan jumlah total nilai untuk setiap respon teknis, yang mana angka-angka yang ada pada kolom prioritas ini nantinya akan digunakan untuk menghitung *Contribution*.

*Contribution* merupakan sebuah kolom yang mana angka-angka didalamnya menunjukkan seberapa besar kontribusi respon teknis tersebut didalam memenuhi kepuasan konsumen. Semakin besar angka *Contribution* dari suatu respon teknis maka semakin besar pula pengaruh respon teknis tersebut terhadap *Customer Satisfaction Performance* dan oleh karena itu hal tersebut penting untuk diimplementasikan.

**Tabel 12**  
**Prioritas dan Kontribusi**

Normalized Raw Weight	Pengecekan dan pembersihan kendaraan		Penambahan Rute		Training karyawan dan Supir	
	Relationship matrix	Normalized Raw weight x Relationship matrix	Relationship matrix	Normalized Raw weight x Relationship matrix	Relationship matrix	Normalized Raw weight x Relationship matrix
0.060	3	0.181	1	0.060	0	0.000
0.054	0	0.000	0	0.000	9	0.486
0.050	0	0.000	0	0.000	9	0.452
0.049	0	0.000	0	0.000	9	0.444
0.036	0	0.000	0	0.000	0	0.000
0.054	9	0.488	0	0.000	3	0.163
0.050	9	0.453	0	0.000	0	0.000
0.048	9	0.431	0	0.000	0	0.000
0.048	0	0.000	0	0.000	1	0.048
0.029	1	0.029	0	0.000	0	0.000
0.044	0	0.000	0	0.000	9	0.394
0.054	0	0.000	3	0.162	9	0.486
0.049	0	0.000	3	0.146	3	0.146
0.045	0	0.000	0	0.000	9	0.409
0.037	0	0.000	0	0.000	3	0.110
0.045	0	0.000	0	0.000	9	0.409
0.045	0	0.000	0	0.000	3	0.134
0.051	1	0.051	9	0.461	0	0.000
0.037	1	0.037	9	0.332	0	0.000
0.035	0	0.000	0	0.000	0	0.000
0.045	1	0.045	1	0.045	1	0.045
0.034	0	0.000	0	0.000	3	0.102
Prioritas (Jumlah Nilai dari perkalian antara Normalized Raw Weight dan Relationship Matrix)		1.720		1.204		3.824
Nilai Prioritas Total		6.7479				
<b>Kontribusi</b> $\left\{ \frac{\text{Nilai Prioritas}}{\text{Nilai Prioritas Total}} \right\}$		0.255		0.178		0.567

Sumber: hasil kuisioner yang sudah diolah

## 2. Competitive Benchmarks

*Benchmarks* merupakan proses untuk mengevaluasi produk atau jasa perusahaan pesaing menurut standart tertentu dan membandingkan dengan produk atau jasa sejenis yang sedang dikembangkan oleh perusahaan, kemudian secara objektif diputuskan bagaimana untuk meningkatkan produk atau jasa perusahaan.

**Tabel 13**  
**Benchmarking**

		Pengecekan dan pembersihan kendaraan			Penambahan Rute			Training karyawan dan Supir		
CSP Buana Travel	CSP Friends	RM	CSP Buana X RM	CSP Friends x RM	RM	CSP Buana x RM	CSP Friends x RM	RM	CSP Buana x RM	CSP Friends X RM
2.52	3.15	3	7.56	9.44	1	2.52	3.15		0.00	0.00
2.78	3.31	0	0.00	0.00	0	0.00	0.00	9	25.00	29.77
2.80	3.30	0	0.00	0.00	0	0.00	0.00	9	25.23	29.69
2.92	3.35	0	0.00	0.00	0	0.00	0.00	9	26.31	30.15
3.25	3.85	0	0.00	0.00	0	0.00	0.00	0	0.00	0.00
2.74	3.82	9	24.62	34.38	0	0.00	0.00	3	8.21	11.46
2.80	3.73	9	25.23	33.54	0	0.00	0.00	0	0.00	0.00
2.91	4.07	9	26.15	36.62	0	0.00	0.00	0	0.00	0.00
2.99	4.01	0	0.00	0.00	0	0.00	0.00	1	2.99	4.01
2.98	3.97	1	2.98	3.97	0	0.00	0.00	0	0.00	0.00
3.15	3.78	0	0.00	0.00	0	0.00	0.00	9	28.31	34.00
2.81	3.58	0	0.00	0.00	3	8.44	10.74	9	25.31	32.23
2.91	3.91	0	0.00	0.00	3	8.74	11.74	3	8.74	11.74
3.30	3.68	0	0.00	0.00	0	0.00	0.00	9	29.69	33.15
3.17	3.91	0	0.00	0.00	0	0.00	0.00	3	9.51	11.74
3.21	4.02	0	0.00	0.00	0	0.00	0.00	9	28.92	36.15
3.19	4.13	0	0.00	0.00	0	0.00	0.00	3	9.56	12.38
2.76	3.91	1	2.76	3.91	9	24.85	35.15	0	0.00	0.00
3.03	4.00	1	3.03	4.00	9	27.23	36.00	0	0.00	0.00
3.17	3.93	0	0.00	0.00	0	0.00	0.00	0	0.00	0.00
3.19	4.03	1	3.19	4.03	1	3.19	4.03	1	3.19	4.03
3.17	3.97	0	0.00	0.00	0	0.00	0.00	3	9.51	11.90
Benchmarking			95.52	129.88		74.97	100.81		240.49	292.42

Sumber: hasil kuisioner yang sudah diolah

Keterangan :

- CSP : *Customer Satisfaction Performance*
- RM : *Relationship Matrix*

### 3. Target

Target merupakan tingkat perbaikan yang hendak dilakukan oleh pihak tim CV Buana Travel berdasarkan kemampuan dan keinginan atau tuntutan penumpang. Dalam hal ini, target menggambarkan bagaimana respon teknis yang harus dicapai sehubungan dengan kebutuhan penumpang dan performasi pesaing.

**Tabel 14**  
**Nilai Target**

NO	Respon Teknis	Nilai Kepuasan CV Buana Travel	Nilai Kepuasan CV Friends Travel	Nilai Target
1	Pengecekan dan pembersihan kendaraan	95.52	129.88	129.88
2	Penambahan Rute	74.97	100.81	100.81
3	Training karyawan dan Supir	240.49	292.42	292.42

Sumber: hasil kuisioner yang sudah diolah

### D. Analisis

Hasil dari pengolahan data berdasarkan kuesioner kebutuhan dan keinginan penumpang, kuesioner *Importance to Customer*, kuesioner *Customer Satisfaction Performance*, serta kuesioner *Competitive Satisfaction Performance*, maka didapatkan nilai-nilai seperti pada Tabel 15.

**Tabel 15**  
**Analisis *Quality Function Deployment***

Atribut Primer	Atribut Sekunder	Nilai Kepuasan	Nilai Goal	Keterangan
Waktu keberangkatan	Ketepatan waktu keberangkatan	2.52	4.23	Ditingkatkan
	Adanya informasi apabila ada ketidak sesuaian waktu keberangkatan	2.78	4.20	Ditingkatkan
	Tidak terjadi kesalahan dalam penjemputan penumpang	2.80	4.07	Ditingkatkan
	Kecepatan dan ketanggapan pramuniaga	2.92	4.12	Ditingkatkan
	Pemilihan tempat duduk sesuai keinginan penumpang	3.25	4.15	Ditingkatkan
Kendaraan yang digunakan	Kebersihan kendaraan yang digunakan	2.74	4.18	Ditingkatkan
	AC Mobil berfungsi dengan baik	2.80	4.08	Ditingkatkan
	Tidak adanya kendala pada kendaraan yang digunakan	2.91	4.07	Ditingkatkan
	Penumpang diberikan fasilitas snack dan air	2.99	4.09	Ditingkatkan
	Fasilitas Wifi, colokan listrik dan televisi pada kendaraan yang digunakan	2.98	3.97	Ditingkatkan

Sumber: hasil kuisioner yang sudah diolah

**Lanjutan Tabel 15**  
**Analisis *Quality Function Deployment***

Atribut Primer	Atribut Sekunder	Nilai Kepuasan	Nilai Goal	Keterangan
Pengemudi Travel	Pengemudi travel bersikap ramah dan sopan kepada penumpang selama perjalanan.	3.15	4.03	Ditingkatkan
	Pengemudi travel mengetahui pasti rute tujuan penumpang dari yang terdekat hingga terjauh.	2.81	4.23	Ditingkatkan
	Pengemudi travel mengetahui informasi kondisi jalan sehingga tidak terjebak macet.	2.91	4.08	Ditingkatkan
	Pengemudi travel Mengemudi dengan memperhatikan keselamatan penumpang	3.30	4.20	Ditingkatkan
	Pengemudi memberikan nota pembayaran kepada penumpang.	3.17	4.13	Ditingkatkan
	Pengemudi sigap dalam melayani penumpang di jalan.	3.21	4.14	Ditingkatkan
	Pengemudi berpakaian bersih dan rapi.	3.19	4.13	Ditingkatkan
Harga Layanan Travel	Harga tiket travel lebih murah dibandingkan dengan pesaingnya.	2.76	4.08	Ditingkatkan
	Harga tiket yang ditawarkan dapat dijangkau oleh masyarakat kalangan menengah.	3.03	4.05	Ditingkatkan
	Adanya bonus atau hadiah apabila penumpang menggunakan jasa travel dalam jumlah tertentu.	3.17	4.04	Ditingkatkan
	Harga tiket sesuai dengan layanan yang diberikan	3.19	4.11	Ditingkatkan
	Pemberian informasi layanan jelas seperti diskon maupun promo	3.17	3.98	Ditingkatkan

Sumber: hasil kuisioner yang sudah diolah



Atribut Primer	Atribut Sekunder	Pengecekan dan pembaruan kendaraan	Rute Baru	Training	Importance to Customer	Nilai Kepuasan CV Buana Travel	Nilai Kepuasan CV Friends	Nilai Goal	Improvement Ratio	Sales Point	Nilai Raw Weight	Normalized Raw Weight	Rank
Waktu Keberangkatan	Kelengkapan waktu keberangkatan	○	△		4.22	2.52	3.15	4.22	1.675	1.5	10.606	0.060	1
	Adanya informasi apabila ada ketidak sesuaian waktu keberangkatan			○	4.21	2.78	3.31	4.21	1.514	1.5	9.549	0.054	2
	Tidak terjadi keluhan dalam perjalanan penumpang			○	4.06	2.80	3.30	4.06	1.448	1.5	8.819	0.050	7
	Kelengkapan dan kenyamanan pramunaga			○	4.11	2.92	3.35	4.11	1.406	1.5	8.673	0.049	8
	Pemilihan tempat duduk sesuai dengan keinginan penumpang				4.15	3.25	3.85	4.15	1.278	1.2	6.363	0.036	19
Kendaraan yang digunakan	Ketersihan kendaraan yang digunakan	○		○	4.17	2.74	3.82	4.17	1.525	1.5	9.541	0.054	3
	AC mobil yang berfungsi dengan baik	○			4.09	2.80	3.73	4.09	1.460	1.5	8.968	0.051	6
	Tidak adanya kendala pada kendaraan yang digunakan	○			4.03	2.91	4.07	4.07	1.400	1.5	8.472	0.048	10
	Penumpang diberi bantal-snack dan air			△	4.09	2.99	4.01	4.09	1.369	1.5	8.404	0.048	11
	Facilitas (wifi, bantal, jaket dan televisi) pada kendaraan yang digunakan	△			3.89	2.98	3.97	3.97	1.332	1	5.181	0.029	22
Pengemudi Travel	Pengemudi travel berpakaian rapih dan sopan kepada penumpang selama perjalanan			○	4.02	3.15	3.78	4.02	1.277	1.5	7.696	0.044	16
	Pengemudi travel mengetahui cara rule dalam penumpang dan yang berlaku hingga yang terbaru		○	○	4.21	2.81	3.58	4.21	1.498	1.5	9.471	0.054	4
	Pengemudi travel mengetahui informasi kondisi jalan sehingga tidak terjadi macet		○	○	4.09	2.91	3.91	4.09	1.402	1.5	8.590	0.049	9
	Pengemudi travel mengemudi dengan memperhatikan keselamatan penumpang			○	4.21	3.30	3.68	4.21	1.277	1.5	8.073	0.046	12
	Pengemudi membayar nota pembayaran pada penumpang			○	4.12	3.17	3.91	4.12	1.299	1.2	6.423	0.036	18
	Pengemudi selalu dalam keadaan siap penumpang di jalan			○	4.15	3.21	4.02	4.15	1.290	1.5	8.020	0.045	13
	Pengemudi berpakaian bersih dan rapi			○	4.05	3.19	4.13	4.13	1.295	1.5	7.869	0.045	15
Harga layanan Travel	Harga tiket lebih murah dibandingkan dengan pesaingnya	△	○		4.07	2.76	3.91	4.07	1.474	1.2	8.993	0.51	5
	Harga tiket yang diberikan tidak dipungut dan termasuk kalangan menengah	△	○		4.05	3.03	4.00	4.05	1.339	1.2	6.510	0.037	17
	Adanya bonus atau hadiah apabila penumpang menggunakan jasa travel dalam jumlah tertentu				4.03	3.17	3.93	4.03	1.272	1.2	6.159	0.035	20
	Harga tiket sesuai dengan layanan yang diberikan	△	△	△	4.11	3.19	4.03	4.11	1.290	1.5	7.952	0.045	14
	Pembelian informasi layanan bisa seperti diskon maupun promo			○	3.98	3.17	3.97	3.98	1.256	1.2	6.003	0.034	21
<b>Sum of Relationship</b>		<b>34</b>	<b>26</b>	<b>80</b>									
<b>Coloumn Weight</b>		<b>1.720</b>	<b>1.204</b>	<b>3.824</b>									
<b>Normalized Coloumn Weight</b>		<b>0.255</b>	<b>0.178</b>	<b>0.587</b>									
<b>Prioritas</b>		<b>2</b>	<b>3</b>	<b>1</b>									

**Gambar 2**  
*House of Quality*

Sumber: Hasil Kuisisioner yang sudah diolah

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam *House of Quality* terdapat 4 atribut primer dan 22 atribut sekunder dengan peringkat yang paling dibutuhkan oleh penumpang yaitu: waktu keberangkatan travel, pengemudi travel, sedangkan untuk kendaraan travel yang digunakan dan harga layanan jasa travel memiliki peringkat yang sama. Sedangkan untuk tingkat kepuasan penumpang mulai dari yang paling puas yaitu: pengemudi travel, harga layanan travel, kendaraan yang digunakan, dan waktu keberangkatan.

Berdasarkan *House of Quality* yang telah dibuat maka dapat dibuat rekomendasi sebagai berikut:

1. Pihak CV Buana Travel perlu melakukan penelitian secara berkala dengan mewawancarai apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan penumpang terhadap transportasi travel.
2. Pihak CV Buana Travel mencari solusi agar terpenuhi kebutuhan dan keinginan yang paling diinginkan oleh penumpang travel, misalnya terkait dengan ketepatan dalam menjemput penumpang, hal ini bisa diantisipasi dengan memilih rute yang efisien dengan menggunakan GPS, sehingga pengemudi travel lebih mudah dalam menemukan alamat penumpang dan dapat menghemat waktu.
3. Selain itu, perusahaan harus mencari peluang yang ada dengan selalu mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan penumpang, hal ini berguna bagi perusahaan agar dapat terus *survive* dalam menekuni bisnisnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Adriantatri, Emmalia. 2008. Aplikasi Metode *Quality Function Deployment* (QFD) Dalam Usaha Memenuhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk Aqua Gelas 240ml Pada PT. Tirta Investama Pandaan. Institut Teknologi Nasional Malang. Yogyakarta. ISBN: 978-979-3980-15-7.

Bossert, James., 1991, *Quality Function Deployment: A practitioner's approach*, ASQC Quality Press, Wisconsin.

Cohen, Lou. 1995. *Quality Function Deployment: How to Make QFD Work for You*. Addition Wesley Publishing Company.

Foster, S. Thomas. 2001. *Managing Quality an Integrative Approach*. Prentice Hall. New Jersey.

Gaspersz, Vincent. 1997. *Manajemen Kualitas: Penerapan Konsep-konsep Kualitas dalam Manajemen Bisnis Total*. Yayasan Indonesia Emas dan PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Gaspersz, Vincent. 2002. *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Gaspersz, Vincent. 2005. *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*. Yayasan Indonesia Emas, dan PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano: Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*. PT Indeks. Jakarta.

Williams, Christine and John Buswell, 2003, *Service Quality in leisure and tourism*, Cabi Publishing.

Yamit, Zulian. 2005. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Ekonisia. Yogyakarta.

Zeithaml A., A. Parasuraman and Leonard L. Berry, 1990, *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perception and Expectation*, Macmillon Inc, The Free Press, New York.

<http://www.pikiran-rakyat.com> diunduh pada 10 September 2014