

PENGAPLIKASIAN METODE SERVICE QUALITY DAN QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT PADA PERUSAHAAN EKSPEDISI DALAM RANGKA PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN EKSTERNAL

Rina Yuniasih¹, Anita Oktaviana TD², Yunita Primasanti³

^{1,2,3}Prodi Teknik Industri, Universitas Sahid Surakarta

e-mail: 1rinayuniasih.06@gmail.com, 2anita.otd@usahidsolo.ac.id,
3yprimasanti@gmail.com

Abstrak

Perkembangan perusahaan logistik kini semakin pesat yang berakibat pada meningkatnya persaingan antar perusahaan. Dengan semakin meningkatnya persaingan tersebut perusahaan harus memiliki keunggulan tersendiri supaya dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Salah satunya melalui peningkatan kualitas pelayanan yang mana seperti kita ketahui bersama bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor yang mendukung terciptanya loyalitas pelanggan. Metode yang dapat digunakan dalam analisis kepuasan pelanggan serta peningkatan kualitas pelayanan antara lain yaitu metode *service quality* dan *quality function deployment*.

Metode *service quality* merupakan metode pengukuran kualitas pelayanan jasa berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan, metode ini juga dikenal dengan *gap analysis model*. Kelemahan dari metode ini yaitu tidak menyediakan strategi perbaikan yang mendetail oleh sebab itu untuk memperoleh strategi perbaikan dapat menggunakan metode *quality function deployment* dengan penyusunan matriks *house of quality*. *Quality function deployment* merupakan sebuah metode pengembangan produk maupun jasa dengan tujuan untuk memenuhi bahkan melebihi harapan atau keinginan pelanggan serta untuk mengevaluasi sebuah produk maupun jasa, sedangkan *house of quality* memperlihatkan struktur untuk mendesain suatu siklus dan bentuknya menyerupai sebuah rumah kunci. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menganalisa tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. POS Indonesia cabang Kab. Magetan serta menemukan strategi peningkatan kualitas pelayanan yang perlu diterapkan oleh perusahaan tersebut dengan melalui pengaplikasian metode *service quality* dan penyusunan matriks *house of quality*. Dari

penyusunan matriks tersebut diperoleh hasil desain target yaitu perbaikan dalam atribut kelengkapan fasilitas dan penambahan *oranger mobile* / kurir.

Kata kunci : *Kualitas Pelayanan Jasa, Service Quality, Quality Function Deployment, House Of Quality*

Abstract

The development of logistics companies or shipping service providers is increasing rapidly, so it is resulting in increased competition between companies. With the increasing competition, companies must have advantages to compete with each other. One of them is done through improving service quality because customer satisfaction is one factor that supports customer loyalty. Methods for analyzing customer satisfaction and improving service quality include service quality and quality function deployment methods.

The service quality method is a method of measuring service quality based on the five dimensions. This method is also known as the gap analysis model. The weakness of the service quality method is it does not provide a detailed improvement strategy so that to obtain an improvement strategy, it can use the quality function deployment method by compiling a house of quality matrix. Quality function deployment is a product or service development method aiming to meet or even exceed customer expectations and evaluate a product or service. Meanwhile, the house of quality provides a structure for designing and forming a cycle that resembles a key house with the manufacturing process based on consumer desires, and it does not come from innovation. The study aims to analyze the level of customer satisfaction with the services provided by PT. POS Indonesia in Magetan regency as well as finding a strategy to improve service quality that needs to be implemented by the company by applying the service quality method and compiling a house of quality matrix. Based on the preparation of the matrix, the results of the target design are improved in the completeness of the facilities attribute and the addition of mobile oranger/courier.

Keywords: Service Quality, Quality Function Deployment, House of Quality

PENDAHULUAN

PT. POS Indonesia merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa pengiriman di Indonesia yang kini telah dihadapkan dengan persaingan pasar yang kompetitif dan dinamis baik dengan perusahaan lama maupun baru. Kondisi tersebut mengharuskan PT. POS Indonesia untuk mampu terus meningkatkan kualitas pelayanannya. Mengutip dari *website* antaranews.com tercatat hingga bulan Juli 2022 peringkat pertama nasional prosentase penjualan terbesar dari perusahaan jasa logistik diraih oleh JNE dengan prosentase penjualan sebesar 31,6 persen, pada posisi kedua J&T Express dengan prosentase penjualan 30,7 persen, pada urutan

ketiga yaitu SiCepat dengan prosentase penjualan 8,0 persen dan pada tingkat keempat yaitu PT. POS Indonesia dengan prosentase penjualan sebesar 7,1 persen.

Berdasarkan data tersebut dapat kita ketahui bahwa peminat atau pelanggan dari PT. POS Indonesia masih tergolong sedikit jika dibandingkan dengan J&T Express yang usia perusahaannya jauh lebih muda, artinya dalam persaingan merebut pangsa pasar antar perusahaan ekspedisi baik itu perusahaan baru maupun lama masih kurang maksimal. Perihal tersebut dapat ditunjukkan pada salah satu cabang PT. POS Indonesia di Kab. Magetan, Jawa Timur yang mengalami penurunan pelanggan pada tahun 2021 s/d 2022. Pada tahun 2021 jumlah pelanggan PT. POS Indonesia sebanyak 165.405 sedangkan di tahun 2022 tercatat hingga tanggal 25 Desember jumlah pelanggannya sebanyak 151.614 selain itu juga dapat ditunjukkan dari adanya berbagai keluhan pelanggan terhadap PT. POS cabang Kabupaten Magetan mengenai estimasi waktu pengiriman yang terkadang lambat dan tidak tepat waktu, biaya pengiriman ke luar Jawa cenderung lebih mahal, serta adanya pembulatan pada sistem timbang paket. Melihat permasalahan diatas maka PT. POS Indonesia cabang Kab. Magetan perlu mengadakan perbaikan kualitas pelayanan eksternal. Kualitas layanan eksternal merupakan usaha yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau perusahaan dalam memberikan pelayanan untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta kemampuan perusahaan supaya penyampaian jasanya dapat dilaksanakan dengan tepat dan bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan pelanggannya (Esgandari *et al.*, 2012). Menurut Evi (2018) peningkatan kualitas layanan eksternal sangat penting untuk dilaksanakan karena akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Oliver (dalam Basrah Saidi *et al.*, 2019) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah faktor penting untuk memahami bagaimana kebutuhan dan keinginan pelanggan terpenuhi. Kepuasan pelanggan akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa sesuai dengan yang dipersepsikan pelanggan. Sehingga dapat kita simpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah sebuah kondisi dimana tidak adanya perbedaan antara persepsi atau ekspektasi konsumen dengan realita pelayanan yang ada. Beberapa metode yang dapat diaplikasikan dalam pengukuran kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan antara lain yaitu metode *service quality* dan *quality function deployment*.

Metode *service quality* merupakan metode pengukuran kualitas pelayanan yang paling banyak digunakan dan dikembangkan untuk membantu para manajer dalam menganalisis sumber masalah kualitas dan memahami cara-cara memperbaiki kualitas layanannya (menurut Tjiptono dalam Mira Khozanah, 2016)[1]. Model yang dikenal pula dengan istilah Gap Analysis Model ini berkaitan erat dengan model kepuasan pelanggan yang didasarkan pada rancangan diskonfirmasi (Nurwulan *et al.*, 2014) [2]. Didalam metode *service quality* terdapat lima dimensi atau karakteristik yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas jasa. Isi daripada lima dimensi metode *service quality* ini sama seperti lima dimensi dalam kualitas pelayanan. Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2007:133) menyatakan bahwa terdapat lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas jasa, yaitu sebagai berikut :

- 1 Reabilitas (*reability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- 2 Daya tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
- 3 Jaminan (*assurance*), yakni perilaku karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan dapat menciptakan rasa aman bagi para pelangganya.
- 4 Empati (*empathy*), berarti perusahaan memahami masalah para pelanggan dan bertindak demi pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasional yang nyaman.
- 5 Bukti fisik (*tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan [3].

Untuk mengukur nilai *service quality* dengan menggunakan kuesioner (Beheshtinia & Azad, 2017) dapat menggunakan rumus :

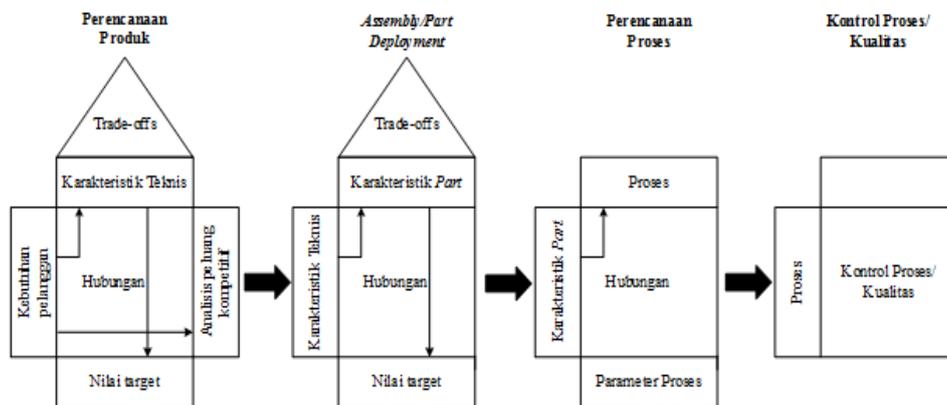
$$Q = P - E \dots\dots\dots (1)$$

Dimana: Q = Nilai kesenjangan (*The Quality of Service*)

P = Persepsi Pelanggan (*Customer Perception*)

E = Harapan Pelanggan (*Customer Expected*) [4]

Metode *Quality function deployment* merupakan salah satu kiat manajemen mutu terpadu (*total quality management*), yang menerapkan kebutuhan-kebutuhan para pelanggan pada rancangan produk. Keistimewaan pokok dari *quality function deployment* ini adalah berfokus pada persyaratan dari para pelanggan, proses-proses yang ada digerakkan oleh apa yang diinginkan para pengguna bukan hasil inovasi dalam teknologi, sehingga perusahaan harus membutuhkan usaha lebih untuk memperoleh informasi yang perlu untuk menentukan keinginan pengguna yang sesungguhnya.



Gambar. 1 Tahapan-tahapn QFD Sumber : smtp.lipi.go.id

Seperti yang dikutip oleh Crow (2009), *quality function deployment* biasanya terdiri dari empat langkah utama, seperti yang ditunjukkan pada Gambar diatas. Keempat langkah tersebut adalah:

1. Perencanaan produk yang meliputi :
 - a. Mengidentifikasi dan memprioritaskan kebutuhan pelanggan.
 - b. Analisis peluang kompetitif.
 - c. Perencanaan produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan peluang kompetitif.
 - d. Tentukan nilai target dari karakteristik produk yang penting.
2. Perakitan yang meliputi :
 - a. Mengidentifikasi bagian/rakitan penting.
 - b. Menurunkan fitur produk yang penting menjadi karakteristik bagian/perakitan yang penting.
 - c. Menetapkan nilai target karakteristik penting dari bagian/rakitan.
3. Rencana pemrosesan
 - a. Mengidentifikasi proses kritis dan aliran proses.
 - b. Menetapkan parameter untuk peralatan atau kebutuhan produksi.
 - c. Mengidentifikasi parameter proses kritis.
4. Kontrol Proses/Kualitas
 - a. Spesifikasi proses dan komponen kritis.
 - b. Tentukan metode kontrol proses dan parameternya.
 - c. Menentukan metode dan parameter inspeksi dan pengujian.

Peta kerja yang terdapat dalam *quality function deployment* disebut dengan *house of quality*. *House of quality* memperlihatkan struktur untuk mendesain dan membentuk suatu siklus dan bentuknya menyerupai sebuah rumah kunci, yang proses pembuatannya berdasarkan keinginan konsumen atau pelanggan bukan dari inovasi. Hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan informasi yang penting dari konsumen sehingga setelah dilakukan pengembangan perusahaan memiliki potensi besar untuk menarik konsumen yang lebih banyak.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di PT. POS Indonesia cabang Kabupaten Magetan dalam kurun waktu 3 bulan yaitu pada bulan Desember 2022, Mei s/d Juni 2023. Yang menjadi objek dalam penelitian ini ialah seluruh pelanggan PT. POS Indonesia cabang Kabupaten Magetan. Penelitian ini termasuk ke dalam dua jenis penelitian yaitu kuantitatif dan kualitatif yang biasa dikenal dengan *mix-methode* serta instrument penelitian yang digunakan yaitu skala likert 1-5. Jenis pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara dan penyebaran angket / kuesioner.

Penelitian ini terbagi menjadi tiga tahapan dengan tahapan utama yaitu pra-penelitian yang berisikan observasi lapangan dan litelatur, perumusan masalah, penentuan tujuan dan Batasan penelitian. Kemudian tahapan kedua yang

merupakan tahapan pengumpulan data serta penentuan sampel. Sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan dua jenis metode yaitu *non - probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel jenis *convenience sampling* yang peneliti terapkan pada tahap pra - penelitian. Selanjutnya metode yang kedua pada tahap pengumpulan data peneliti menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria responden pernah menggunakan jasa ekspedisi diluar layanan PT. POS Indonesia minimal 1 kali. Penentuan kapasitas sampel mengacu pada penghitungan rumus slovin dengan prosentase kelonggaran sebesar 10%.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Prosentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi.

Selanjutnya yang menjadi tahapan terakhir dalam penelitian ini ialah tahap pengolahan data yang meliputi pengujian data / uji validitas dan reliabilitas, metode *service quality* dan *quality function deployment*, analisis dan intrepetasi hasil, kesimpulan dan saran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengumpulan Data

Penyusunan kuesioner tertutup didasarkan pada hasil hasil penyebaran kuesioner terbuka. Hasil dari penyebaran kuesioner terbuka yang sering dikenal dengan *voice of customer* ini dianalisis dan diklasifikasikan kedalam lima dimensi kualitas pelayanan. Setelah melakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden pelanggan PT. POS Indonesia cabang Kab. Magetan maka diperoleh sebanyak 21 atribut keinginan pelanggan. Atribut - atribut tersebut dituliskan dalam tabel dibawah ini :

Tabel. 1 Atribut keinginan pelanggan

No.	Atribut Jasa Dimensi <i>Tangibles</i> / Bukti Nyata
1.	Tersedianya fasilitas <i>packing</i> yang aman dan rapi
2.	Tempat pelayanan yang nyaman
3.	Tersedianya aplikasi pendukung
4.	Kemudahan dalam melakukan pengiriman (jarak akses dekat, kurir / agen tersebar di beberapa tempat dan mudah dihubungi)
5.	Antrean yang teratur
	Atribut Jasa Dimensi <i>Reliability</i> / Keandalan
6.	Fasilitas pelayanan yang lengkap (<i>cargo</i> , COD, <i>pick up</i> barang, <i>cashless payment</i> , <i>one day service</i> , tersedianya resi / bisa di <i>tracking</i>)
7.	Biaya pengiriman terjangkau
8.	Kecepatan waktu pengiriman serta pengambilan barang (sistem <i>pick up</i>)
9.	Cakupan area yang luas

	Atribut Jasa Dimensi <i>Responsiveness</i> / Daya Tanggap
10.	Kurir cepat tanggap
11.	Pelayanan yang cepat dan tepat
12.	Kurir mengetahui alamat tujuan dengan baik
13.	Konfirmasi cepat ketika barang sudah sampai
	Atribut Jasa Dimensi <i>Assurance</i> / Jaminan
14.	Keamanan barang
15.	Adanya asuransi / jaminan apabila terjadi kerusakan atau kehilangan paket
16.	Kepercayaan pelanggan menggunakan jasa ekspedisi
17.	Perusahaan jasa pengiriman memiliki perizinan yang jelas
18.	Kredibilitas perusahaan jasa pengiriman
	Atribut Jasa Dimensi <i>Empathy</i> / Empati
19.	Pelayanan yang ramah dan sopan
20.	Kurir yang ramah
21.	Respon / tanggapan yang baik terhadap keluhan pelanggan

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel. 2 Hasil Uji Validitas

Kuesioner	R-tabel	Kepentingan	Kepuasan	Hasil
Atribut 1	0,1638	0,440**	0,597**	Valid
Atribut 2	0,1638	0,486**	0,456**	Valid
Atribut 3	0,1638	0,427**	0,508**	Valid
Atribut 4	0,1638	0,587**	0,544**	Valid
Atribut 5	0,1638	0,536**	0,441**	Valid
Atribut 6	0,1638	0,283**	0,663**	Valid
Atribut 7	0,1638	0,348**	0,705**	Valid
Atribut 8	0,1638	0,536**	0,468**	Valid
Atribut 9	0,1638	0,654**	0,317**	Valid
Atribut 10	0,1638	0,599**	0,488**	Valid
Atribut 11	0,1638	0,593**	0,545**	Valid
Atribut 12	0,1638	0,535**	0,685**	Valid
Atribut 13	0,1638	0,404**	0,667**	Valid
Atribut 14	0,1638	0,438**	0,651**	Valid
Atribut 15	0,1638	0,341**	0,489**	Valid
Atribut 16	0,1638	0,628**	0,535**	Valid
Atribut 17	0,1638	0,568**	0,622**	Valid
Atribut 18	0,1638	0,555**	0,621**	Valid
Atribut 19	0,1638	0,565**	0,666**	Valid
Atribut 20	0,1638	0,644**	0,557**	Valid
Atribut 21	0,1638	0,587**	0,543**	Valid

Berdasarkan pada hasil pengujian yang telah dilakukan baik terhadap tingkat kepentingan maupun kepuasan terlihat bahwa r hitung / nilai *pearson correlation* lebih besar dari r tabel sehingga data dikatakan valid [5].

Tabel. 3 Hasil Uji Reliabilitas

Kuesioner	Cronbach's Alpha	Hasil
Kepentingan	0.842	Reliabel
Kepuasan	0.882	Reliabel

Pada hasil uji reliabilitas terhadap tingkat kepentingan dan kepuasan diatas dapat diketahui bahwa besar nilai *cornbach's alpha* lebih besar dari 0,6 maka data tersebut dinyatakan reliabel (Ghozali, 2005).

3. Nilai Rata - rata Kepentingan dan Kepuasan

	Kepentingan	Kepuasan
Atribut Jasa Dimensi Tangibles / Bukti Nyata		
Tersedianya fasilitas packing yang aman dan rapi	3,28	3,75
Tempat pelayanan yang nyaman	4,24	3,95
Tersedianya aplikasi pendukung	3,85	3,35
Kemudahan dalam melakukan pengiriman (jarak akses dekat, kurir / agen tersebar di beberapa tempat dan mudah dihubungi)	4,44	4,05
Antrean yang teratur	4	3,79
Atribut Jasa Dimensi Reliability / Keandalan		
Fasilitas pelayanan yang lengkap (cargo, COD, pick up barang, cashless payment, one day service, tersedianya resi / bisa di tracking)	4,72	3
Biaya pengiriman terjangkau	4,75	3,62
Kecepatan dan ketepatan waktu pengiriman serta pengambilan barang (sistem pick up)	4,41	3,96
Cakupan area yang luas	4,4	4,23
Atribut Jasa Dimensi Responsiveness / Daya Tanggap		
Kurir cepat tanggap	4,26	3,97
Pelayanan yang cepat dan tepat	4,33	4
Kurir mengetahui alamat tujuan dengan baik	4,25	3,87
Konfirmasi cepat ketika barang sudah sampai	4,35	3,48
Atribut Jasa Dimensi Assurance / Jaminan		
Keamanan barang	4,7	3,18
Adanya asuransi / jaminan apabila terjadi kerusakan atau kehilangan paket	4,64	4,01
Kepercayaan pelanggan menggunakan jasa ekspedisi	4,27	4,05
Jasa pengiriman jelas dan legal	4,46	4,17
Kredibilitas Perusahaan Jasa Pengiriman Perusahaan Jasa Pengiriman	4,37	4,06
Atribut Jasa Dimensi Empathy / Empati		
Pelayanan yang ramah dan sopan	4,3	4,13
Kurir yang ramah	4,32	4,12
Respon / tanggapan yang baik terhadap keluhan pelanggan	4,31	4,09

Gambar. 2 Nilai Rata-rata Kepuasan dan Kepentingan

4. Metode Service Quality

Penghitungan *gap* / kesenjangan antara nilai rata-rata persepsi dengan nilai rata-rata harapan yang telah diperoleh dari masing-masing atribut. Apabila hasil penghitungan menunjukkan nilai negatif maka berarti bahwa pelayanan belum memenuhi harapan pelanggan dan jika positif berarti bahwa atribut keinginan pelanggan telah terpenuhi. penghitungan nilai *gap* dilakukan dengan menggunakan rumus $Q = P - E$ dimana nilai P / persepsi diperoleh dari hasil rata-rata nilai jawaban responden mengenai tingkat kepuasan pelanggan pada pelayanan PT. POS Indonesia cabang Kabupaten Magetan, kemudian nilai E / ekspektasi diperoleh dari nilai rata-rata hasil jawaban responden terhadap tingkat kepentingan pelayanan PT. POS Indonesia cabang Kabupaten Magetan. Dibawah ini merupakan contoh penghitungan nilai *GAP* / kesenjangan dari atribut tersedianya fasilitas *packing* dengan nilai rata-rata kepuasan pelanggannya sebesar 3,75 dan nilai rata-rata kepentingan perusahaan bernilai 3,8.

$$\begin{aligned}
 Q &= \text{rata-rata nilai kepuasan} - \text{rata-rata nilai kepentingan} \\
 &= 3,75 - 3,8 \\
 &= - 0,05
 \end{aligned}$$

Tabel. 4 Nilai GAP atribut

No.	Atribut Jasa Dimensi <i>Tangibles</i> / Bukti Nyata	Rata-rata Nilai Perception	Rata-rata Nilai Expected	Gap
1.	Tersedianya fasilitas <i>packing</i> yang aman dan rapi	3,75	3,8	-0,05

2.	Tempat pelayanan yang nyaman	3,95	4,2	-0,25
3.	Tersedianya aplikasi pendukung	3,35	3,9	-0,55
4.	Kemudahan dalam melakukan pengiriman (jarak akses dekat, kurir / agen tersebar di beberapa tempat dan mudah dihubungi)	4,05	4,4	-0,35
5.	Antrean yang teratur	3,79	4	-0,21
	Atribut Jasa Dimensi Reliability / Keandalan			
6.	Fasilitas pelayanan yang lengkap (<i>cargo, COD, pick up barang, cashless payment, one day service, tersedianya resi / bisa di tracking</i>)	3	4,7	-1,7
7.	Biaya pengiriman terjangkau	3,6	4,8	-1,2
8.	Kecepatan dan ketepatan waktu pengiriman serta pengambilan barang (<i>sistem pick up</i>)	4	4,4	-0,4
9.	Cakupan area yang luas	4,2	4,4	-0,2
	Atribut Jasa Dimensi Responsiveness / Daya Tanggap			
10.	Kurir cepat tanggap	3,97	4,26	-0,29
11.	Pelayanan yang cepat dan tepat	4	4,33	-0,33
12.	Kurir mengetahui alamat tujuan dengan baik	3,87	4,25	-0,38
13.	Konfirmasi cepat ketika barang sudah sampai	3,48	4,35	-0,87
	Atribut Jasa Dimensi Assurance / Jaminan			
14.	Keamanan barang	4,18	4,7	-0,52
15.	Adanya asuransi / jaminan apabila terjadi kerusakan atau kehilangan paket	4,01	4,64	-0,63
16.	Kepercayaan pelanggan menggunakan jasa ekspedisi	4,05	4,27	-0,22
17.	Perusahaan jasa pengiriman memiliki perizinan yang jelas	4,17	4,46	-0,29
18.	Kredibilitas perusahaan jasa pengiriman	4,06	4,37	-0,31
	Atribut Jasa Dimensi Empathy / Empati			
19.	Pelayanan yang ramah dan sopan	4,13	4,3	-0,17
20.	Kurir yang ramah	4,12	4,32	-0,2
21.	Respon / tanggapan yang baik	4,09	4,31	-0,22

	terhadap keluhan pelanggan			
--	----------------------------	--	--	--

Tabel diatas merupakan penghitungan nilai *gap* yang menunjukkan bahwa seluruh atribut bernilai negatif, sehingga pelayanan yang telah diberikan oleh PT. POS Indonesia cabang Kab.Magetan belum mampu memenuhi ekspektasi atau harapan pelanggan, dikarenakan perihal tersebut maka seluruh atribut pelayanan jasa dari kelima dimensi kualitas pelayanan akan digunakan sebagai dasar penyusunan *house of quality* pada pengolahan data menggunakan metode *quality function deployment*.

5. Metode Quality Function Deployment

Dalam *quality function deployment* terdapat enam komponen bagian *house of quality* bagian A yang merupakan *voice of customer*, bagian B yaitu matriks perencanaan, bagian C *technical requirement* / respon teknis, bagian D korelasi respon teknis dengan *voice of customer* atau yang disebut dengan *inter-relationship* diagram, bagian E korelasi respon teknis, dan bagian F yaitu matriks teknis.

Matriks Keinginan Pelanggan

Tabel. 5 Matriks Voice Customer

No.	Keinginan Pelanggan	Tingkat Kepuasan
1.	Tersedianya fasilitas <i>packing</i> yang aman dan rapi	3,75
2.	Tempat pelayanan yang nyaman	3,95
3.	Tersedianya aplikasi pendukung	3,35
4.	Kemudahan dalam melakukan pengiriman (jarak akses dekat, kurir / agen tersebar di beberapa tempat dan mudah dihubungi)	4,05
5.	Antrean yang teratur	
6.	Fasilitas pelayanan yang lengkap (<i>cargo</i> , COD, <i>pick up</i> barang, <i>cashless payment</i> , <i>one day service</i> , tersedianya resi / bisa di <i>tracking</i>)	3
7.	Biaya pengiriman terjangkau	3,62
8.	Kecepatan waktu pengiriman serta pengambilan barang (sistem <i>pick up</i>)	3,96
9.	Cakupan area yang luas	4,23
10.	Kurir cepat tanggap	3,97
11.	Pelayanan yang cepat dan tepat	4
12.	Kurir mengetahui alamat tujuan dengan baik	3,87
13.	Konfirmasi cepat ketika barang sudah sampai	3,48
14.	Keamanan barang	3,18
15.	Adanya asuransi / jaminan apabila terjadi kerusakan atau kehilangan paket	4,01

16.	Kepercayaan pelanggan menggunakan jasa ekspedisi	4,05
17.	Perusahaan jasa pengiriman memiliki perizinan yang jelas	4,17
18.	Kredibilitas perusahaan jasa pengiriman	4,06
19.	Pelayanan yang ramah dan sopan	4,13
20.	Kurir yang ramah	4,12
21.	Respon / tanggapan yang baik terhadap keluhan pelanggan	4,09

Technical Requirement / Respon Teknis

Setelah melakukan wawancara dengan kepala bagian Sumber Daya Manusia PT. POS Indonesia diperoleh hasil sebagai berikut :

- a. Pelatihan SDM : Pelatihan kerja ini dimaksudkan untuk meningkatkan kemampuan pengenalan wilayah kerja. supaya setiap *oranger mobile* / kurir mampu bekerja dengan cepat sehingga tidak mengalami keterlambatan pengiriman paket, sekaligus untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan kerja supaya terbentuk pekerja yang mampu bekerja secara cepat dan tepat dengan attitude yang baik. Pelatihan SDM ini diberikan untuk setiap *oranger mobile* / kurir serta pekerja bagian *front office*. Selama ini pelatihan hanya diberikan kepada bagian internal / atasan saja seperti supervisor, dan manager.
- b. Penambahan fasilitas pengiriman : fasilitas pengiriman yang dimaksudkan ialah fasilitas pembayaran non tunai yaitu melalui saldo pos pay serta *cash on delivery* melalui aplikasi POS Aja.
- c. Peninjauan fasilitas pelayanan : Peninjauan berkala fasilitas pelayanan yang dimaksudkan untuk menjamin kenyamanan pelanggan. Evaluasi ini dilakukan selama satu tahun sekali.
- d. Penambahan *oranger mobile* / kurir : Penambahan *oranger mobile* ini ditujukan untuk memudahkan pelanggan-pelanggan ketika hendak melakukan pengiriman, karena agen dari perusahaan sendiri masih terbatas dan mungkin tidak bisa melakukan penambahan. saat ini jumlah total kurir di Kantor Pos pusat cabang Kabupaten Magetan yaitu sebanyak 19 orang.

Matrik correlation / inter-relationship diagram

inter-relationship diagram berfungsi untuk melihat hubungan antara keinginan pelanggan dengan respon teknis. Simbol-simbol yang digunakan adalah :

	High	9
	Medium	3
	Low	1

Gambar. 3 Simbol *inter-relationship*

	Pelatihan SDM	Menambah Fasilitas pengiriman	Peninjauan berkala fasilitas pelayanan	Penambahan oranger mobile / kurir
Tersedianya fasilitas packing yang aman dan rapi	■		●	
Tempat pelayanan yang nyaman				
Tersedianya aplikasi pendukung		▲		
Kemudahan dalam melakukan pengiriman (jarak akses dekat, kurir / agen tersebar di beberapa tempat dan mudah dihubungi)				●
Antrean yang teratur	▲			
Fasilitas pelayanan yang lengkap (cargo, COD, pick up barang, cashless payment, one day service, tersedianya resi / bisa di tracking)		●		
Biaya pengiriman terjangkau		▲		
Kecepatan dan ketepatan waktu pengiriman serta pengambilan barang (sistem pick up)	●			●
Cakupan area yang luas		■		
Kurir cepat tanggap	●			
Pelayanan yang cepat dan tepat	●			
Kurir mengetahui alamat tujuan dengan baik	●			
Konfirmasi cepat ketika barang sudah sampai	●	▲		
Keamanan barang	●			
Adanya asuransi / jaminan apabila terjadi kerusakan atau kehilangan paket		▲		
Kepercayaan pelanggan menggunakan jasa ekspedisi	■			▲
Jasa pengiriman jelas dan legal			▲	
Kredibilitas Perusahaan Jasa Pengiriman	●		■	
Pelayanan yang ramah dan sopan	●			
Kurir yang ramah	●			
Respon / tanggapan yang baik terhadap keluhan pelanggan	●			

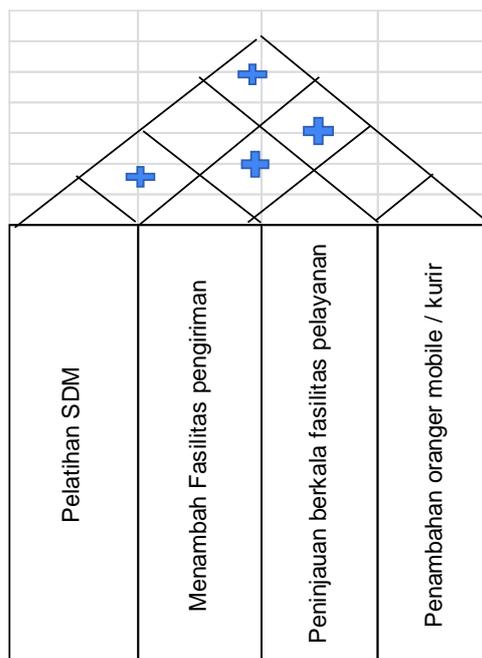
Gambar. 4 Hasil *Inter-relationship*

Technical Correlations

Technical correlations atau korelasi respon teknis, matriks ini berbentuk seperti atap (*roof*) yang digunakan untuk :

- Membantu tim dalam membentuk desain yang mengalami *bottleneck*.
- Menentukan kunci komunikasi diantara para desainer.
- Menggambarkan hubungan antar respon teknis satu dengan lainnya.

Hubungan yang ada digambarkan dengan simbol “+” dan “-” dimana apabila hubungan yang terjadi adalah menyebabkan penurunan terhadap respon teknis lain maka diberi tanda negative “-” serta apabila hubungang yang terjadi mengakibatkan peningkatan terhadap respon teknis yang lain atau saling mendukung maka diberi tanda positif “+”. Berikut merupakan tabel *technical requirement* :



Gambar. 5 Hubungan Respon Teknis

Technical Matriks

Selanjutnya yaitu bagian terakhir dalam pembuatan *house of quality* yaitu *technical matriks*. Di dalam matriks ini terdapat 3 bagian yaitu :

- a. *Technical response priorities / prioritas respon teknis* : pada bagian ini menyatakan seberapa penting kebutuhan teknis yang akan dilakukan dalam memenuhi keinginan pelanggan, prioritas respon teknis diperoleh dari penjumlahan antara *score matriks inter-relationship* dikalikan dengan nilai *overall weighting*.
- b. *Competitive technical benchmarks* : yang berisikan perbandingan antara respon teknis produk sendiri dengan produk dari perusahaan yang menjadi kompetitor, hal ini ditujukan untuk melihat posisi teknis produk yang ada saat ini serta untuk membantu dalam membuat target pembaruan / peningkatan yang akan dicapai dalam pengembangan selanjutnya.
- c. *Target technical / desain target* : desain target ini menjadi hasil akhir atau output dari pembuatan *house of quality*, proses pembuatannya didasarkan pada keinginan konsumen, performansi kompetitor, serta performansi perusahaan saat ini.

TECHNICAL PRIORITIES	612,305	156,426	88,596	137,51
PERCENTAGE OF TOTAL	40820,333	10428,4	5906,4	9167,333
TECHNICAL BENCHMARKS				
OUR PRODUCT	T	Non-COD	1 kali	19 orang
Kompetitor 1	Y	Lengkap	1 kali	16 orang
Kompetitor 2	Y	Lengkap	2 kali	20 orang
DESIGN TARGET	Y	Lengkap	2 kali	21 orang

Gambar. 6 Hasil Matrik Teknis

Analisis Hasil House Of Quality

Berdasarkan hasil penyusunan *house of quality* dapat diketahui bahwa peningkatan dan pengembangan dalam lingkup penambahan fasilitas pengiriman serta pelatihan sumber daya manusia memiliki pengaruh yang besar terhadap pemenuhan keinginan pelanggan, perihal tersebut dapat diketahui melalui tabel *inter-relationship* yang paling banyak berkorelasi.

Berdasarkan *Technical benchmarking* terdapat beberapa hal yang perlu dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yaitu :

- a. Melengkapi fasilitas pengiriman : berdasarkan hasil pengambilan data peneliti mendapati beberapa temuan dimana poin yang menjadikan pelanggan memilih untuk menggunakan jasa dari perusahaan lainnya ialah atribut kelengkapan fasilitas serta biaya pengiriman. Dimana mayoritas pengguna jasa pengiriman di Kabupaten Magetan ini merupakan wirausaha dan minoritasnya merupakan masyarakat umum dengan pengiriman dalam kuantitas kecil atau sedang. Pengguna jasa pengiriman tersebut mayoritas menyesuaikan dengan keinginan konsumennya tidak sedikit pula yang meminta menggunakan fitur COD, selain daripada itu mereka mayoritas melakukan pengiriman dalam kuantitas yang besar karena PT. POS Indonesia tidak menyediakan pengiriman cargo maka biaya kirim cenderung lebih mahal, selain daripada itu apabila pelanggan mengemas pakatnya ke dalam dus atau kotak lainnya mereka akan dikenakan biaya tambahan yang mana pembulatan nominalnya lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan kompetitor. Sehingga penambahan fasilitas ini menjadi prioritas penting bagi perusahaan.
- b. Menambah jumlah *oranger mobile* : jumlah kurir PT. POS Indonesia saat ini ialah sebanyak 19 orang, jumlah tersebut tentu sudah cukup dan mampu mengatasi kesibukan kerja sehari-harinya namun apabila kurir ditambah makan waktu pengiriman dan pengambilan paket akan semakin singkat dan pelanggan juga menjadi puas. Namun tujuan dari penambahan kurir disini bukan hanya sekedar mempersingkat waktu namun juga untuk memenuhi keinginan pelanggan terkait adanya agen dan kantor cabang, mengingat sebagian tempat di Kabupaten Magetan memiliki akses yang cukup jauh dengan kantor maupun agen / kurir sehingga perlu dilakukan penambahan kurir ini supaya kurir dapat menyebar di beberapa titik yang mudah dijangkau pelanggan.
- c. Mengadakan pelatihan SDM : pelatihan SDM ini sangat diperlukan untuk mengasah dan meningkatkan kemampuan dan keterampilan saat bekerja terutama pada bagian *front line* dan kurir yang setiap harinya berhadapan langsung dengan pelanggan. karena di PT. POS Indonesia cabang kabupaten magetan hanya mengadakan pelatihan untuk bagian managerial perusahaan maka perlu dikembangkan lagi atribut pelatihan SDM ini ke ranah eksternal perusahaan yang mana akan berdampak pula terhadap kemajuan perusahaan.

						PLANNING MATRIKS									
Customer Requirement		Pelatihan SDM	Menambah Fasilitas pengiriman	Peninjauan berkala fasilitas pelayanan	Penambahan oranger mobile / kurir	Important	Our Product	Kompetitor 1	Kompetitor 2	Planned Rating	Improvement Rasio	Sales Point	Overall Weight		
Atribut Jasa Dimensi Tangibles / Bukti Nyata															
Tersedianya fasilitas packing yang aman dan rapi						3,82	3,75	3,99	3,99	5	1,333333	1,2	6,112		
Tempat pelayanan yang nyaman						4,24	3,95	4,11	4,15	5	1,265823	1,2	6,440506		
Tersedianya aplikasi pendukung						3,85	3,35	4,04	3,76	5	1,492537	1,2	6,895522		
Kemudahan dalam melakukan pengiriman (jarak akses dekat, kurir / agen tersebar di beberapa tempat dan mudah dihubungi)						4,44	4,05	4,09	4,09	5	1,234568	1,5	8,222222		
Antrean yang teratur						4	3,79	4,15	4,15	5	1,319261	1	5,277045		
Atribut Jasa Dimensi Reliability / Keandalan															
Fasilitas pelayanan yang lengkap (cargo, COD, pick up barang, cashless payment, one day service, tersedianya resi / bisa di tracking)						4,72	3	4,15	4,31	5	1,666667	1,5	11,8		
Biaya pengiriman terjangkau						4,75	3,62	4,24	4,19	5	1,381215	1,5	9,84116		
Kecepatan dan ketepatan waktu pengiriman serta pengambilan barang (sistem pick up)						4,41	3,96	4,18	4,24	5	1,262626	1,2	6,681818		
Cakupan area yang luas						4,4	4,23	4,26	4,27	5	1,182033	1,2	6,241135		
Atribut Jasa Dimensi Responsiveness / Daya Tanggap															
Kurir cepat tanggap						4,26	3,97	4,17	4,3	5	1,259446	1,2	6,438287		
Pelayanan yang cepat dan tepat						4,33	4	4,28	4,25	5	1,25	1,2	6,495		
Kurir mengetahui alamat tujuan dengan baik						4,25	3,87	4,17	4,23	5	1,29199	1	5,490956		
Konfirmasi cepat ketika barang sudah sampai						4,35	3,48	4,06	4,2	5	1,436782	1	6,25		
Atribut Jasa Dimensi Assurance / Jaminan															
Keamanan barang						4,7	3,18	4,26	4,37	5	1,572327	1,5	11,08491		
Adanya asuransi / jaminan apabila terjadi kerusakan atau kehilangan paket						4,64	4,01	4,09	4,14	5	1,246883	1,5	8,678304		
Kepercayaan pelanggan menggunakan jasa ekspedisi						4,27	4,05	4,22	4,31	5	1,234568	1,5	7,907407		
Jasa pengiriman jelas dan legal						4,46	4,17	4,22	4,26	5	1,199041	1,2	6,417266		
Kredibilitas Perusahaan Jasa Pengiriman Perusahaan Jasa Pengiriman						4,37	4,06	4,17	4,31	5	1,231527	1,5	8,07266		
Atribut Jasa Dimensi Empathy / Empati															
Pelayanan yang ramah dan sopan						4,3	4,13	4,19	4,3	5	1,210654	1,2	6,246973		
Kurir yang ramah						4,32	4,12	4,18	4,28	5	1,213592	1,2	6,291262		
Respon / tanggapan yang baik terhadap keluhan pelanggan						4,31	4,09	4,19	4,21	5	1,222494	1,2	6,322738		
TECHNICAL PRIORITIES		612,305	156,426	88,596	137,51										
PERCENTAGE OF TOTAL		40820,333	10428,4	5906,4	9167,333										
TECHNICAL BENCHMARKS															
OUR PRODUCT		T	Non-COD	1 kali	19 orang										
Kompetitor 1		Y	Lengkap	1 kali	16 orang										
Kompetitor 2		Y	Lengkap	2 kali	20 orang										
DESIGN TARGET		Y	Lengkap	2 kali	21 orang										

Gambar. 7 Hasil Penyusunan HOQ

SIMPULAN DAN SARAN**1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penyusunan matriks *house of quality* diperoleh hasil berupa strategi peningkatan kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut :

- a. Melengkapi fasilitas pengiriman berupa :
 - Pelayanan COD diluar pengguna aplikasi Pos Aja
 - Sistem pembayaran non-tunai selain saldo Pos Pay
 - Bekerjasama dengan perusahaan pos logistik untuk memenuhi pengiriman dalam partai besar
- b. Menambah jumlah *oranger mobile*
- c. Mempertahankan dan mengembangkan pelatihan SDM

2. Saran

Beberapa saran yang dapat peneliti berikan yaitu sebagai berikut :

- a. Perusahaan perlu melengkapi fasilitas pengiriman supaya tidak dengan perusahaan-perusahaan serupa, mengingan berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan kelengkapan fasilitas menjadi variabel yang tertinggal dari perusahaan kompetitor.
- b. Bagi penelitian selanjutnya peneliti menyarankan untuk melakukan penelitian pada internal perusahaan, karena managerial internal perusahaan juga sama pentingnya dengan eksternal dan seluruh perbaikan eksternal tidak bisa berjalan apabila internal perusahaan tidak mendukungnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Antarnews.com.(202, 31 agustus). pos Indonesia Catatkan Pertumbuhan Pangsa Pasar Hingga 4,1 Persen. Diakses Pada 12 Januari 2023, dari <http://www.antarnews.com/berita/3091393/pos-indonesia-catatkan-pertumbuhan-pangsa-pasar-hingga-41-persen>
- Text-id.123dok.com. Sejarah QFD, Definisi QFD, Tahapan QFD. Diakses Pada 27 Desember 2022, dari <https://text-id.123dok.com/document/wyewk24y7-sejarah-qfd-definisi-qfd-tahapan-qfd.html>
- smtplipi.go.id. Mengenal Quality Function Deployment. Diakses Pada 27 Desember 2022. Dari <http://smtplipi.go.id/berita740-Mengenal-Quality-Function-Deployment--28QFD-29.html#:~:text=QFD%20pertama%20kali%20muncul%20di,digunakan%20untuk%20mencapai%20tujuan%20itu>
- Faqirilmu.com.Pengertian Dan Cara Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan SPSS. Diakses pada 10 Juni 2023, dari <https://www.faqirilmu.com/2022/05/pengertian-dan-cara-uji-validitas-dan-reliabilitas-dengan-spss.html>
- [1] Y. Septiani, E. Aribbe, and R. Diansyah, "ANALISIS KUALITAS LAYANAN SISTEM INFORMASI AKADEMIK UNIVERSITAS ABDURRAB TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MENGGUNAKAN METODE SEVQUAL (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Abdurrah Pekanbaru)," *J. Teknol. Dan Open*

Source, vol. 3, no. 1, pp. 131-143, 2020, doi: 10.36378/jtos.v3i1.560.

- [2] A. N. Yanottama, E. Purnamawati, and A. Suryadi, "Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Service Quality Dan Triz," *Juminten*, vol. 1, no. 1, pp. 76-86, 2020, doi: 10.33005/juminten.v1i1.2.
- [3] D. Lukmanasari and D. Riandadari, "Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Bengkel Dengan Metode Qfd (Quality Function Deployment) Di Pt . Citra Cakra Persada Honda Jemursari," *J. Pendidik. Tek. Mesin*, vol. 8, no. 1, pp. 103-110, 2019.
- [4] R. Stighfarrinata and F. Ashari, "Integrasi Servqual, Kano dan QFD untuk Analisis Peningkatan Kualitas Layanan Demi Tercapainya Kepuasan Pelanggan PT. Kharisma Sejahtera Daihatsu Cabang Bojonegoro," *J. Manaj. dan Inov.*, vol. 5, no. 1, pp. 65-79, 2022, doi: 10.15642/manova.v5i1.765.
- [5] D. A. Malik and M. M. Chusni, *Scanned by CamScanner. deepunlish*, 2018.