



Rancangan pelayanan konveksi dengan integrasi metode *Service Quality* dan *Quality Function Deployment* (Studi kasus : Bandung Konveksi)

Dedi Dermawan^{1✉}, Rozar Rayendra¹ Zainul Ruhil¹, Hendri Ali Ardi¹, Denur Jumali¹
Universitas Muhammadiyah Riau, Jl. Tuanku Tambusai Kota Pekanbaru, Indonesia⁽¹⁾
DOI: 10.31004/jutin.v8i1.37799

✉ Corresponding author: Dedi Dermawan
[dedi@umri.ac.id]

Article Info

Abstrak

Kata kunci:

Service Quality;
Importance Performance
Analysis;
Quality Function
Deployment

Pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan bagi Industri. Bandung Konveksi adalah perusahaan yang menyediakan berbagai seragam, seperti untuk sekolah dan kantor. Perusahaan ini mengalami penurunan pelanggan dan pendapatan setiap tahunnya akibat ketidakpuasan terhadap layanan. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi variabel layanan yang kurang penting dan perlu perbaikan, serta menyusun usulan perbaikan berdasarkan prioritas. Metode yang digunakan adalah *Service Quality* dan *Quality Function Deployment*. Penelitian dimulai dengan menentukan variabel kebutuhan pelanggan, dilanjutkan dengan menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Kemudian, menentukan prioritas perbaikan kualitas pelayanan dan diakhiri dengan penyusunan usulan perbaikan layanan. Hasil menunjukkan adanya GAP negatif rata-rata -2,17, mengindikasikan ketidakpuasan pelanggan. *Importance performance analysis* mengidentifikasi 7 variabel penting yang perlu diperbaiki. *Quality Function Deployment* menetapkan 6 prioritas perbaikan: memberikan pelatihan kepada karyawan, penerapan prosedur penanganan yang terstruktur dengan menggunakan *customer relationship manajement (CRM)*, meningkatkan efisiensi komunikasi dengan memanfaatkan *chatbots*, optimalisasi jadwal produksi yang terperinci, bersikap sopan dan santun, serta menetapkan prosedur untuk menangani proses perubahan.

Keywords:

Service Quality;
Importance Performance
Analysis;
Quality Function
Deployment

Abstract

Service is one of the important factors that need to be considered for the Industry, Bandung Konveksi is a company that provides various uniforms, such as for schools and offices. The company has experienced a decline in customers and revenue every year due to dissatisfaction with services. This study aims to identify

service variables that are less important and need improvement, and to develop improvement proposals based on priorities. The methods used are Service Quality and Quality Function Deployment. The research begins by determining the variables of customer needs, followed by determining the level of customer satisfaction. Then, determine the priority of service quality improvement and end with the preparation of service improvement proposals. The results showed a negative GAP of -2.17 on average, indicating customer dissatisfaction. Importance performance analysis identified 7 important variables that need to be improved. Quality Function Deployment determined 6 improvement priorities: providing training to employees, implementing structured handling procedures using customer relationship management (CRM), improving communication efficiency by utilizing chatbots, optimizing detailed production schedules, being polite and courteous, and establishing procedures for handling the change process.

1. Latar Belakang

Industri konveksi merupakan salah satu sektor usaha yang terus berkembang pesat di Indonesia. Hal ini didukung oleh meningkatnya permintaan masyarakat akan kebutuhan pakaian yang semakin beragam. Bertambahnya jumlah pelaku bisnis dalam sektor konveksi semakin memperketat persaingan, memaksa perusahaan untuk berlomba-lomba mendapatkan pelanggan. Banyaknya konveksi yang bermunculan membuat perusahaan harus memiliki keunggulan agar bisa bersaing dengan perusahaan lainnya (Rahmola et al., 2022). Melalui pemenuhan tingkat kualitas layanan, sebuah perusahaan memiliki potensi untuk meningkatkan pangsa pasarnya (Tampanguma et al., 2022). Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Dedi Dermawan & Denur 2019). Pelanggan mengevaluasi pelayanan perusahaan dengan membandingkannya dengan perusahaan sejenis dan harapan mereka sendiri, sehingga pelayanan berkualitas sangat berperan dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas produk dan layanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan (Mu'nim, 2022).

Bandung Konveksi adalah salah satu perusahaan yang beroperasi di bidang konveksi, menyediakan berbagai jenis seragam seperti seragam sekolah, seragam kantor, dan lain-lain. Bandung konveksi berlokasi di Jalan Hr. Subrantas, Panam, Simpang Baru, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru, Riau. Bandung konveksi telah beroperasi selama sekitar 10 tahun, tetapi masih mengalami kesulitan dalam menjaga kepuasan pelanggan. Dari gambar 1 pada diagram batang, terlihat bahwa penjualan Bandung Konveksi mengalami penurunan setiap tahunnya, seperti yang ditunjukkan pada diagram batang berikut:



Gambar 1 Data Penjualan
Sumber : Bandung Konveksi

Berdasarkan gambar 1 di atas, terlihat bahwa jumlah Penjualan Bandung konveksi mengalami penurunan yang signifikan. Pada tahun 2021, penjualan mencapai 3098 baju. Di tahun 2022, penjualan turun menjadi 2676 baju. Tahun 2023, penjualan turun signifikan menjadi 2106 baju. Salah satu faktor yang menyebabkan penurunan jumlah pelanggan adalah ketidakpuasan mereka terhadap layanan yang diberikan oleh Bandung Konveksi. Dari hasil wawancara dan penyebaran kuesioner kepada pelanggan Bandung Konveksi, terdapat beberapa kritik yang disampaikan mengenai layanan yang masih dinilai kurang memuaskan. Dalam penelitian ini, keluhan pelanggan terhadap pelayanan Bandung Konveksi menjadi salah satu faktor yang

mempengaruhi penurunan penjualan. Data keluhan yang disampaikan oleh beberapa pelanggan Bandung Konveksi dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1 Keluhan Pelanggan

No	Keluhan Pelanggan	Jumlah
1	Sulit dihubungi	14
2	Staff kurang Berpengalaman dalam menjawab pertanyaan Pelangan	12
3	Keterlambatan Pengiriman Barang	10
4	Produk dengan kualitas rendah, seperti jahitan lepas, sablon pudar, dan bordir tidak rapi.	9
5	Tempat kurang bersih dan tidak rapi	7
6	Pelayanan Kurang Ramah	5
7	Ketidakjelasan Informasi mengenai produk	4

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terbuka kepada pelanggan Bandung Konveksi, ditemukan bahwa pelayanan yang diberikan masih dianggap kurang memuaskan. Salah satu keluhan utama yang disampaikan oleh pelanggan adalah kesulitan dalam menghubungi Bandung Konveksi, yang disebabkan oleh manajemen waktu yang kurang efisien dan keterbatasan sumber daya manusia. Oleh karena itu, perlu dilakukan peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan agar mereka merasa puas saat berbelanja di Bandung Konveksi. Pelayanan yang berkualitas dapat meningkatkan penjualan produk karena konsumen merasa puas dengan layanan yang diberikan. Kualitas pelayanan menjadi faktor kunci dalam mencapai kepuasan pelanggan. Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) (Along, 2020). Dimensi-dimensi ini dapat diukur menggunakan metode *Service Quality (SERVQUAL)* untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bandung konveksi. Selain itu, Bandung konveksi juga perlu memahami kebutuhan dan harapan pelanggan secara mendalam. Metode *Quality Function Deployment (QFD)* dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan menerjemahkan kebutuhan pelanggan ke dalam karakteristik teknis yang diperlukan oleh Bandung konveksi (Ramadhan, 2018).

Untuk meningkatkan pelayanan di Bandung Konveksi, dapat diterapkan metode *Service Quality (Servqual)* dan *Quality Function Deployment (QFD)*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi Bandung Konveksi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memenuhi harapan pelanggan secara optimal.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan objek studi pada Bandung Konveksi, sebuah usaha konveksi di Jalan Hr. Subrantas, Panam, Simpang Baru, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru, Riau. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan meningkatkan kualitas pelayanan melalui integrasi metode *SERVQUAL* dan *Quality Function Deployment (QFD)*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang telah menggunakan jasa Bandung Konveksi selama tiga tahun terakhir dari Januari 2021 sampai Desember 2023. Sampel diambil menggunakan metode *purposive sampling*, dengan kriteria pelanggan yang memiliki pengalaman cukup dengan pelayanan konveksi. Data dikumpulkan melalui kuesioner *SERVQUAL* yang mengukur lima dimensi pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy*), wawancara mendalam dengan pelanggan, dan observasi lapangan. Setelah data dikumpulkan, dilakukan analisis *SERVQUAL* untuk mengidentifikasi kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan, kemudian diikuti dengan menentukan prioritas perbaikan menggunakan *importance performance analysis*. Hasilnya kemudian diintegrasikan ke dalam matriks *House of Quality (HoQ)* dalam metode *QFD* untuk merancang perbaikan layanan yang spesifik dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi peningkatan kualitas pelayanan yang efektif dan berkelanjutan.

3. Hasil dan Pembahasan

a. Menentukan Variabel Kebutuhan Pelanggan

Berdasarkan kuesioner terbuka dan tertutup yang disebarkan kepada 57 pelanggan Bandung Konveksi, diperoleh variabel kebutuhan terhadap bentuk layanan yaitu:

Tabel 2. Variabel Servqual

No	Variabel Penelitian
----	---------------------

Variabel Kehandalan (Reliability)	
1	Pakaian atau produk yang dipesan sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan.
2	Produk yang diterima dari Bandung Konveksi sesuai dengan jadwal yang telah disepakati.
3	Bandung Konveksi memberikan jaminan kualitas untuk produk yang diproduksi
4	Produk yang dipesan dari Bandung Konveksi akan memenuhi harapan kualitas konsumen
5	Bandung Konveksi memberikan jaminan penggantian produk jika ditemukan produk rusak atau cacat
Variabel Daya Tanggap (Responsiveness)	
6	Kecepatan staf dalam melayani konsumen.
7	Staf Bandung Konveksi merespon pertanyaan atau permintaan konsumen dengan cepat
8	Merasa mudah menghubungi Bandung Konveksi jika memerlukan bantuan atau informasi tambahan
9	Kecepatan dalam memberikan solusi terbaik bagi keluhan konsumen
10	Permintaan perubahan atau penyelesaian pada pesanan ditangani dengan cepat
Variabel Bukti Fisik (Tangibles)	
11	Fasilitas produksi Bandung Konveksi bersih, teratur dan rapi
12	Ketersediaan fasilitas yang lengkap (toilet, tempat parkir, ruang tunggu, dll).
13	Ruang tunggu di Bandung Konveksi nyaman bagi pelanggan yang datang
14	Display produk di Bandung Konveksi ini menarik dan informatif
15	Produk yang diterima konsumen memiliki kualitas fisik yang baik (Misalnya: jahitan, sablon, bordir rapi dan bahan berkualitas)
Variabel Jaminan (Assurance)	
16	Bandung Konveksi memberikan informasi yang jelas tentang proses produksi dan perkiraan waktu penyelesaian
17	Kemampuan staf dalam menjawab pertanyaan konsumen secara jelas dan mudah dipahami
18	Bandung Konveksi memberikan solusi yang tepat ketika terjadi masalah
19	Pengetahuan pegawai dalam menjelaskan produk yang ditanyakan konsumen.
20	Staf Bandung Konveksi sopan dan hormat dalam melayani pelanggan
Variabel Empati (Empathy)	
21	Bandung Konveksi secara aktif memperhatikan, mengakomodasi kebutuhan khusus, dan menunjukkan kepedulian yang tinggi terhadap permintaan konsumen
22	Staf Bandung Konveksi siap menerima, mendengar dengan baik, serta memahami keluhan dan saran dari konsumen
23	Bandung Konveksi memberikan saran atau rekomendasi yang sesuai dengan preferensi atau kebutuhan pribadi konsumen

1. Uji validitas terhadap tingkat kepentingan dan kepuasan.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan dan Kepuasan

Pertanyaan	Kepentingan			Kepuasan		
	r Hitung	r Tabel	Keterangan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Item 1	0,785	0.261	Valid	0,636	0.261	Valid
Item 2	0,800	0.261	Valid	0,573	0.261	Valid
Item 3	0,785	0.261	Valid	0,832	0.261	Valid
Item 4	0,785	0.261	Valid	0,809	0.261	Valid
Item 5	0,808	0.261	Valid	0,827	0.261	Valid
Item 6	0,867	0.261	Valid	0,775	0.261	Valid
Item 7	0,918	0.261	Valid	0,847	0.261	Valid
Item 8	0,918	0.261	Valid	0,834	0.261	Valid
Item 9	0,918	0.261	Valid	0,799	0.261	Valid
Item 10	0,872	0.261	Valid	0,828	0.261	Valid
Item 11	0,834	0.261	Valid	0,651	0.261	Valid
Item 12	0,815	0.261	Valid	0,679	0.261	Valid
Item 13	0,815	0.261	Valid	0,695	0.261	Valid
Item 14	0,743	0.261	Valid	0,728	0.261	Valid
Item 15	0,753	0.261	Valid	0,707	0.261	Valid
Item 16	0,912	0.261	Valid	0,804	0.261	Valid
Item 17	0,931	0.261	Valid	0,854	0.261	Valid

Item 18	0,931	0.261	Valid	0,919	0.261	Valid
Item 19	0.913	0.261	Valid	0,863	0.261	Valid
Item 20	0,748	0.261	Valid	0,706	0.261	Valid
Item 21	0,912	0.261	Valid	0,900	0.261	Valid
Item 22	0,942	0.261	Valid	0,909	0.261	Valid
Item 23	0,942	0.261	Valid	0,900	0.261	Valid

2. Uji reliabilitas data

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan dan Kepuasan

Data	Cronbach's Alpha	N Of Items	Kesimpulan
Tingkat Kepentingan	0,982	23	Reliabel
Tingkat Kepuasan	0,972	23	Reliabel

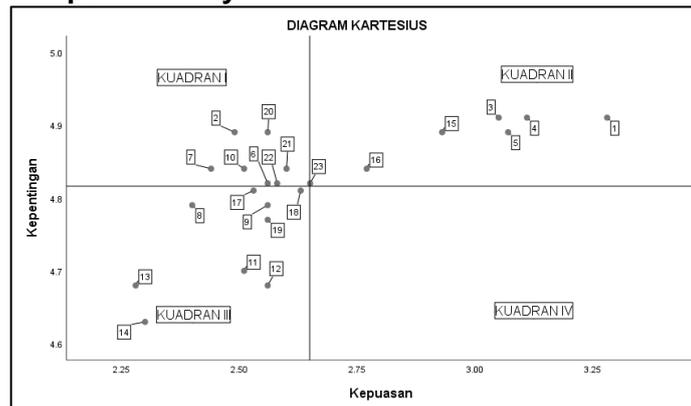
b. Menentukan tingkat kepuasan

Tabel 5. Hasil *servqual* Masing-masing Dimensi

No	Dimensi	Rata-Rata		Gap	Rata-Rata
		Kepentingan	Kepuasan		
6	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	4,82	2,56	-2,3	-2,32
7		4,84	2,44	-2,4	
8		4,79	2,40	-2,4	
9		4,79	2,56	-2,2	
10		4,84	2,51	-2,3	
11	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	4,70	2,51	-2,2	-2,20
12		4,68	2,56	-2,1	
13		4,68	2,28	-2,4	
14		4,63	2,30	-2,3	
15		4,89	2,93	-2,0	
16	<i>Assurance</i> (Jaminan)	4,84	2,77	-2,1	-2,21
17		4,81	2,53	-2,3	
18		4,81	2,63	-2,2	
19		4,77	2,56	-2,2	
20		4,89	2,56	-2,3	
21	<i>Empathy</i> (Empati)	4,84	2,60	-2,2	-2,22
22		4,82	2,58	-2,2	
23		4,82	2,65	-2,2	

Hasil perhitungan skor gap *Service Quality* menunjukkan bahwa ke-23 atribut masih memiliki nilai negatif, yang mengindikasikan adanya ketidakpuasan terhadap kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan. Nilai negatif pada setiap atribut ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan belum memenuhi ekspektasi pelanggan, sehingga pelanggan merasa bahwa layanan yang mereka terima tidak sesuai dengan harapan mereka. Hal ini menyoroti adanya kesenjangan signifikan antara persepsi dan harapan pelanggan terhadap berbagai aspek pelayanan yang disediakan oleh Bandung Konveksi.

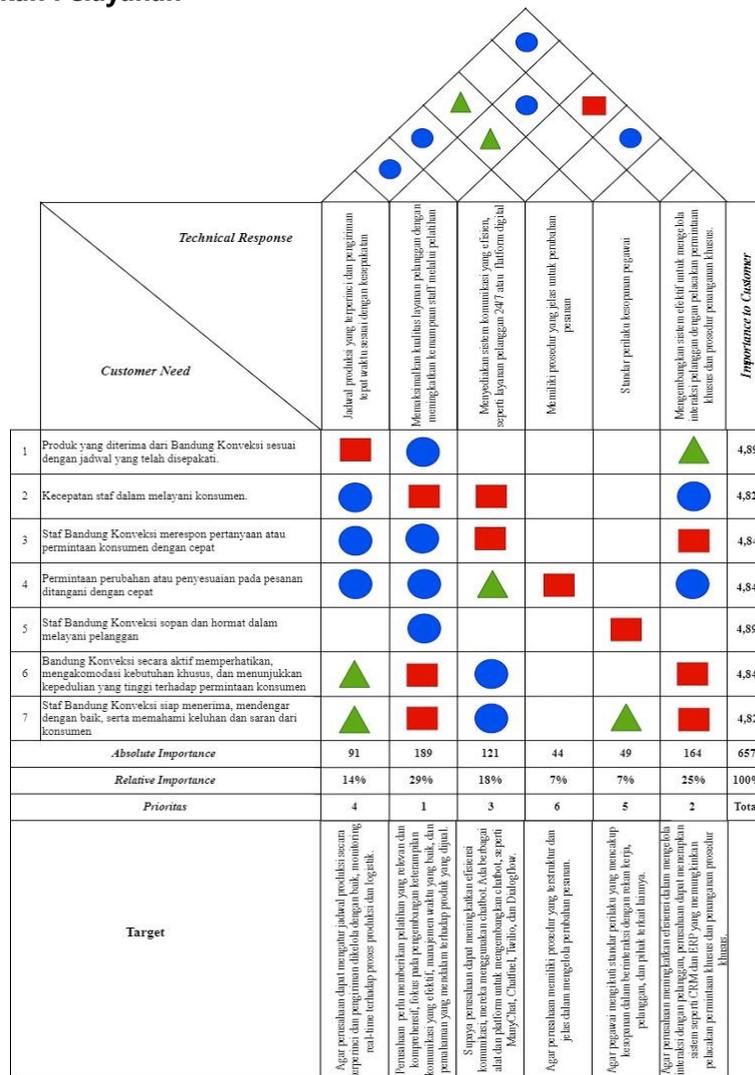
c. Menentukan prioritas perbaikan layanan



Gambar 2 Importance performance Analysis

Berdasarkan hasil analisis diagram *Importance performance analysis*, teridentifikasi 7 item yang menjadi masukan untuk QFD (*voice of customer*). Item-item ini diambil dari kuadran I karena kuadran tersebut merupakan prioritas utama yang harus diperbaiki. Item-item tersebut meliputi: Produk yang diterima dari Bandung Konveksi sesuai dengan jadwal yang telah disepakati (Item 2), Kecepatan staf dalam melayani konsumen (Item 6), Staf Bandung Konveksi merespon pertanyaan atau permintaan konsumen dengan cepat (Item 7), Permintaan perubahan atau penyesuaian pada pesanan ditangani dengan cepat (Item 10), Staf Bandung Konveksi sopan dan hormat dalam melayani pelanggan (Item 20), Bandung Konveksi secara aktif memperhatikan, mengakomodasi kebutuhan khusus, dan menunjukkan kepedulian yang tinggi terhadap permintaan konsumen (Item 21), dan Staf Bandung Konveksi siap menerima, mendengar dengan baik, serta memahami keluhan dan saran dari konsumen (Item 22).

d. Usulan Perbaikan Pelayanan



Gambar 3. House Of Quality (HOQ)

Setelah penyusunan *House of Quality (HOQ)*, berikut ini adalah usulan perbaikan untuk strategi peningkatan layanan di Bandung Konveksi, Berikut adalah strategi peningkatannya.

Tabel 6. Usulan Perbaikan

Respon Teknis	Usulan Perbaikan
Memaksimalkan kualitas layanan pelanggan dengan meningkatkan kemampuan staff melalui pelatihan	Perusahaan memberikan pelatihan yang relevan dan komprehensif, fokus pada pengembangan keterampilan komunikasi yang efektif, manajemen waktu yang baik, dan pemahaman yang mendalam terhadap produk yang dijual (<i>Owner</i>)

Mengembangkan sistem efektif untuk mengelola interaksi pelanggan dengan pelacakan permintaan khusus dan prosedur penanganan khusus.	Perusahaan dapat meningkatkan efisiensi dalam mengelola interaksi dengan pelanggan dengan menerapkan sistem seperti CRM. Sistem ini memungkinkan pelacakan permintaan khusus dan penerapan prosedur penanganan yang terstruktur, sehingga meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan pelanggan (Kenneth C. Laudon, 2007)
Menyediakan sistem komunikasi yang efisien, seperti layanan pelanggan 24/7 atau platform digital	Perusahaan dapat meningkatkan efisiensi komunikasi dengan memanfaatkan <i>chatbot</i> . Teknologi ini dapat dengan cepat merespons pertanyaan umum, memberikan informasi dasar, dan mengarahkan permasalahan yang lebih kompleks kepada pelanggan (Gentsch, 2019)
Jadwal produksi yang terperinci dan pengiriman tepat waktu sesuai dengan kesepakatan	Optimalisasi jadwal produksi yang terperinci untuk memastikan pengiriman tepat waktu sesuai dengan kesepakatan. (Owner)
Standar perilaku kesopanan pegawai	Pegawai harus bersikap sopan dan santun saat berinteraksi dengan pelanggan, rekan kerja, dan pihak terkait lainnya. (Owner)
Memiliki prosedur yang jelas untuk perubahan pesanan	Menetapkan prosedur untuk menangani perubahan pesanan seperti alasan perubahan pesanan dan menetapkan batas waktu dua hari setelah pesanan diajukan. (Owner)

4. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah identifikasi 23 variabel kebutuhan pelanggan Bandung Konveksi, dengan kuesioner disebarkan kepada 57 pelanggan dari Januari 2021 hingga Desember 2023. Analisis Gap 5 pada dimensi servqual menunjukkan semua atribut layanan memiliki skor negatif, mengindikasikan pelanggan belum puas dengan pelayanan. Terdapat 7 atribut yang memerlukan perbaikan prioritas: ketepatan jadwal pengiriman, kecepatan layanan, respons cepat terhadap pertanyaan, penanganan permintaan perubahan, sikap sopan, perhatian terhadap kebutuhan khusus, dan penerimaan serta pemahaman keluhan pelanggan. Usulan perbaikan meliputi pelatihan keterampilan, implementasi *customer relationship management* (CRM), penggunaan chatbot, optimalisasi jadwal produksi, dan prosedur penanganan perubahan pesanan.

5. Daftar Pustaka

- Along, A. (2020). Kualitas Layanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 006(01), 94–99. <https://doi.org/10.21776/ub.jiap.2020.006.01.11>
- Dermawan, Dedi & Denur. (2019). Penentuan Prioritas Perbaikan Pelayanan Menggunakan Metode KANO Dan QFD (Studi Kasus PT. Perawang Kencana Motor). *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi (JUTIN)*, 2(1), 1–8.
- Mu'nim, M. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konveksi Sith Apparel. 978–988.
- Rahmola, M., Juanna, A., & Abdussamad, Z. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo. *Jambura*, 5(1), 2022. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Ramadhan, H. R. (2018). Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan Dengan Integrasi Service Quality (Servqual) Dan Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Rekayasa Dan Sistem Manajemen Industri*, 1(2), 194–205.
- Tampanguma, I. K., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado. *Productivity*, 3(1), 7–12.