

# Penerapan QFD untuk Menetapkan Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan pada Maha Vihara Maitreya Medan

Carolina Catherine<sup>1</sup>, Susanto Susanto<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan, Indonesia

Email: <sup>1</sup>lina.carolina88@yahoo.co.id, <sup>2</sup>susanto.chang@gmail.com

(\* : coresponding author)

## Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi peningkatan kualitas pelayanan pada Maha Vihara Maitreya Medan dengan menggunakan metode QFD. Sampel penelitian ini adalah 97 orang pengunjung, dalam menentukan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin dan taraf kesalahan 10%. Penelitian ini menggunakan metode *Quality Function Deployment* dengan matrik *House of Quality*. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa metode ini cukup efektif untuk menganalisa kualitas layanan yang ada di Maha Vihara Maitreya. Salah satu atribut yang harus diperbaiki dan ditingkatkan yaitu kesabaran staff dalam melayani pengunjung hingga penampilan staff yang rapi dan bersih sehingga menunjukkan staff yang profesional. Disamping itu juga melalui metode penelitian ini juga didapatkan hasil untuk langkah teknis yang perlu dilakukan dan yang diutamakan guna memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanan yang ada di Maha Vihara Maitreya adalah meningkatkan empati staff yang tinggi hingga melakukan training untuk para staff.

**Kata Kunci:** *Quality Function Deployment, House of Quality, Service Quality*

## 1. PENDAHULUAN

Sektor jasa dewasa ini telah mengalami peningkatan yang cukup pesat. Meningkatnya pendapat konsumen dan perkembangan kehidupan yang kompleks menimbulkan ketegangan hingga kejemuhan. Sehingga semakin banyak orang untuk mencari sesuatu yang menyempurnakan kehidupan mereka. Salah satu bentuk yang dapat dilakukan adalah mengisi waktu dengan pariwisata religi. (Putri, 2017) Oleh karena itu, terdapat objek-objek wisata yang fungsinya tidak hanya sebagai tempat melepas penat dan stres terhadap rutinitas sehari-hari melainkan kini juga berfungsi sebagai kegiatan spiritual dalam usaha mendekatkan diri kepada Tuhan yang Maha Esa. Penyedia jasa dalam hal ini tempat ibadah perlu mendefinisikan pelayanannya lebih unggul dan unik. Tetapi faktor *intangibility* dari jasa ternyata banyak menimbulkan permasalahan bagi pelaku jasa. Dimana jasa tidak dapat dilihat, disentuh dan dirasakan oleh pancaindra sebelum jasa digunakan. Kesulitan menstandarisasi jasa agar efisien dengan tingkat kualitas yang diinginkan terhadap pengunjung yang bervariasi. Sehingga disayangkan hanya sedikit perhatian dan pemahaman dalam mengembangkan mutu pelayanan sehingga *repeat visitation* pengunjung berkurang.

(Nanna, 2019) Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dimana tercipta hubungan yang dinamis antara pengguna maupun pemberi layanan, baik jasa manusia. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tindakan yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen, yang melibatkan emosi dan perasaan konsumen untuk memenuhi harapan-harapan dan kepuasan mereka. Ada banyak metode yang digunakan dalam mempengaruhi kualitas pelayanan salah satunya adalah metode *Quality Function Deployment (QFD)*.

Cohen (Mizani, 2021) QFD adalah metodologi terstruktur yang digunakan dalam proses perancangan dan pengembangan produk untuk menetapkan spesifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mengevaluasi secara sistematis kapabilitas produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. (Yuan et al., 2020) *Quality Function Deployment (QFD) is another approach that is taken into consideration in analyzing the expectations of the customers and determining the technical competence that the company should have regarding these expectations. Quality Function Deployment (QFD) adalah pendekatan dalam menganalisis pengembangan suatu produk yang berdasarkan keinginan dan harapan-harapan konsumen.*

Maha Vihara Maitreya, Medan adalah rumah ibadah bagi Umat Buddha, yang dimana Vihara ini masuk dalam kategori Vihara terbesar di Indonesia, bahkan terbesar se-Asia Tenggara. Dilihat dari tingginya antusias masyarakat yang berkunjung ke Vihara ini, jumlah kunjungan umat dan wisatawan religi hampir setiap harinya bertambah. Pengunjung Vihara yang datang ke Maha Vihara Maitreya, Medan bisa mencapai ratusan orang, bahkan jika hari libur bisa mencapai ribuan orang. Bahkan berita keindahan dan kebesaran Vihara ini juga sudah sampai ke Luar Negeri. Terbukti banyak para umat yang datang dari Malaysia, Singapura dan beberapa negara Asia. Maha Vihara Maitreya, Medan ini seakan menjadi magnet bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Budaya yang dinamis, tentu masih diupayakan untuk lebih ditingkatkan lagi karena segala sesuatu yang sudah baik tentu saja masih bisa ditingkatkan lagi menjadi lebih baik. Sebagai peneliti di Maha Vihara Maitreya Medan, peneliti dapat melihat semua pencapaian ini tentu saja tidak semuanya sempurna. Penulis melakukan wawancara kepada pengunjung yang berinisial "A" mengatakan bahwa layanan dari Maha Vihara Maitreya terkadang sangat bagus, pelayanan cukup ramah tetapi ramah saja tidak cukup, cara berpenampilan mereka yang sering menggunakan sandal, tidak mencerminkan kemegahan dari Vihara ini. Disamping itu pengunjung berinisial "B" mengatakan bahwa pelayanan tidak cukup memuaskan karena ada sebagian karyawan ketika berjaga didepan, duduk sambil memakai *headset* dan bermain *game*, tidak menghiraukan pengunjung yang

masuk. Sedangkan pengunjung berinisial "C" mengatakan pelayanan yang diberikan harus lebih ditingkatkan kembali, karena jika hujan terkadang bisa diberikan pelayanan seperti diantar ke mobil pengunjung menggunakan payung dan terkadang sebagian karyawan cuek-cuek saja, padahal hal ini bisa menjadi nilai tambah jika terus dilakukan.

Penelitian yang dilakukan (Oktavirinaldy et al., 2020) dengan judul "Perbaikan Kualitas Pelayanan Konsumen pada Usaha IBE Furnitur dengan Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* (QFD dengan hasil penelitian dapat diidentifikasi 12 atribut kebutuhan konsumen terkait pelayanan pada IBE Furnitur. Pada atribut kebutuhan tersebut, diidentifikasi ada 4 prioritas karakteristik teknis dari 13 karakteristik teknis yang perlu diperhatikan dalam pengembangan fasilitas dan pelayanan. Sedangkan, pada *critical parts* ada 4 prioritas *critical parts* dari 7 *critical parts* dengan masing-masing target yang kemudian diterjemahkan dalam rekomendasi pengembangan kualitas pelayanan pada IBE Furnitur. Penelitian juga dilakukan oleh (Lestari et al., 2020) dengan judul "Analisis Pengembangan Pelayanan Jasa TV Kabel Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* (QFD)", dengan hasil penelitian diperoleh penilaian terhadap atribut rancangan adalah : (1) Kelengkapan tayangan dengan derajat kepentingan sebesar 7,8, (2) Harga terjangkau dengan derajat kepentingan sebesar 7,6, (3) Siaran sesuai kebutuhan dengan derajat kepentingan sebesar 7,5, (4) Pelayanan dengan derajat kepentingan sebesar 7,4, dan (5) Kualitas dengan derajat kepentingan sebesar 7,3. Dengan demikian, disimpulkan bahwa pelanggan mementingkan kelengkapan dari tayangan dan harga yang terjangkau.

## 2. METODE PENELITIAN

### Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan produk ataupun jasa guna pemenuhan kebutuhan konsumen dimana konsumen memiliki persepsi bahwa penyedia jasa mampu memenuhi bahkan melampaui harapan konsumen. Dengan kata lain jika penyedia jasa mampu memikat hati konsumen dengan menitikberatkan pada harapan konsumen, maka ini dapat dikatakan sebagai suatu keberhasilan. Jika harapan tidak sesuai dengan yang diharapkan atau bahkan konsumen merasa kecewa, tentu saja ini menjadi peluang bagi konsumen untuk berpaling dan pindah kepada pesaing.

Indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono (Ritonga et al., 2020):

1. *Tangibles* yaitu penampilan luar dari *service quality* yang dapat berupa fasilitas fisik, peralatan, personalia dan komunikasi.
2. *Reliability* yaitu kemampuan untuk menunjukkan atau melaksanakan *service* yang dijanjikan secara tepat dan dapat dipercaya. Pelayanan harus tepat waktu dalam spesifikasi yang sama (tidak berubah), tanpa kesalahan kapan saja pelayanan diberikan.
3. *Responsiveness* yaitu kerelaan untuk membantu pelanggan dan memberikan *service* yang tepat. Pelanggan yang menunggu terlalu lama akan memberikan respon yang negatif terhadap *service quality* perusahaan.
4. *Assurance* yaitu pengetahuan, kesopanan dan kemampuan karyawan untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa aman atau terjamin.
5. *Empathy* yaitu perhatian atau pemahaman secara pribadi kepada pelanggan

### Quality Function Deployment

Penyebaran fungsi kualitas (QFD) adalah metode kuantitatif yang mengubah persyaratan pelanggan menjadi karakteristik teknik menggunakan *House of Quality Matrix* (Kang et al., 2018). QFD merupakan suatu metode perancangan proses dalam menghasilkan produk, sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan (Jamily, 2018). QFD merupakan metode untuk produk terstruktur atau perencanaan pelayanan dan pengembangan yang memungkinkan suatu tim pengembangan untuk menentukan dengan jelas apa yang pelanggan inginkan dan butuhkan, dan kemudian menilai atau mengevaluasi setiap produk yang diusulkan atau kemampuan layanan sistematis dalam hal dampaknya karena memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut, hal ini diungkapkan oleh Ficalora dan Cohen (Febrina, 2020). QFD merupakan suatu proses atau mekanisme untuk menentukan kebutuhan pelanggan dan menterjemahkan kebutuhan-kebutuhan itu kedalam kebutuhan teknis yang relevan, di mana masing-masing area fungsional dan tingkat organisasi dapat mengerti dan bertindak, sebagaimana dijelaskan oleh Dharmawan & Wurjaningrum (Sentosa et al., 2021). Berdasarkan beberapa penjelasan yang telah dikemukakan di atas mengenai *quality function deployment*, dapat disimpulkan bahwa *quality function deployment* merupakan sistem yang dibentuk guna menerjemahkan keinginan konsumen dan mengevaluasi secara sistematis, dimana sistem ini mampu meningkatkan kinerja perusahaan dalam menggapai harapan konsumen.

### Subtansi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Maha Vihara Maitreya Cemara Asri, Medan yang berlokasi di Jalan Cemara Boulevard Utara No. 8, Komplek Perumahan Cemara Asri Medan dan waktu pelaksanaan penelitian ini dimulai pada bulan Januari 2023 – April 2023. Populasi penelitian ini adalah sebanyak 3.000 orang pengunjung yang diambil pada 3 bulan terakhir (Oktober, November, Desember). Dari populasi diatas, ada sebanyak 97 orang yang menjadi sampel penelitian.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \qquad n = \frac{3.000}{1 + 3.000(0.1)^2} = 96,77 \text{ Orang} = 97 \text{ Orang}$$

Metode pengumpulan data menggunakan pengamatan fisik, wawancara hingga penyebaran kuesioner dengan 2 tahap. Tahap pertama penyebaran kuesioner pendahuluan yang bersifat terbuka sehingga responden diberi kesempatan untuk menentukan jenis atribut jasa yang diinginkan, yang bertujuan untuk meningkatkan atribut pelayanan jasa, sehingga dihasilkan atribut yang dapat serupa dengan keinginan pengunjung. Tahap kedua merupakan penyebaran kuesioner tertutup yang merupakan sampel sesungguhnya dari objek penelitian. Kuesioner ini disusun dengan menggunakan skala likert dan yang digunakan adalah skala 1 sampai skala 5. Kuesioner ini digunakan untuk mencari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja pelayanan. Jenis data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sumber data penelitian ini adalah data internal dan data eksternal.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Penyusunan House of Quality Matriks Perencanaan

##### 3.1.1 Analisis Customer Requirements

Data dari pengunjung yang datang ke Maha Vihara Maitreya Medan digunakan sebagai penentu atribut apa saja yang dianggap penting oleh pengunjung yang berkunjung maupun berbakti puja agar dapat menentukan kualitas layanan yang ada di Maha Vihara Maitreya Medan. Kuesioner pendahuluan jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 30 responden, yang merupakan tipe kuesioner yang bersifat terbuka sehingga responden diberi kesempatan untuk menentukan jenis atribut jasa yang diinginkan, yang bertujuan untuk meningkatkan atribut pelayanan jasa pada Maha Vihara Maitreya Medan. Sehingga dihasilkan atribut yang dapat serupa dengan keinginan pengunjung Maha Vihara Maitreya

##### 3.1.2 Planning Matrix

(1) Menentukan derajat kepentingan atribut pelayanan Maha Vihara Maitreya; (2) Kinerja atribut jasa pelayanan Maha Vihara Maitreya; (3) Menentukan nilai target (*goal*); (4) Menentukan nilai *important ratio*; (5) Menentukan *sales point*; (6) Menentukan *raw weight*; (7) Menentukan *normalized raw weight*

**Tabel 1.** Planning Matrix

No	Atribut	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepuasan	Customer Satisfaction Performance	Goal	Important Ratio	Sales Point	Raw Weight	Normalized Raw Weight
1	Altar yang bersih	4.56	4.56	3.94	5	1.27	1.50	8.68	4.24
2	Altar yang luas	4.45	4.45	4.65	4	0.86	1.50	5.75	2.81
3	Kondisi ruang tunggu yang nyaman dan luas	4.13	4.13	4.28	5	1.17	1.20	5.80	2.83
4	Pencahayaan altar yang terang	4.48	4.48	4.36	5	1.15	1.50	7.71	3.77
5	Kemudahan akses menuju lokasi	4.23	4.23	4.04	4	0.99	1.20	5.02	2.45
6	Tempat parkir yang luas	4.27	4.27	3.54	4	1.13	1.20	5.79	2.83
7	Toilet yang bersih	4.60	4.60	4.19	5	1.19	1.50	8.24	4.02
8	Desain bangunan yang menarik	4.43	4.43	4.29	5	1.17	1.20	6.20	3.03
9	Desain interior yang menarik	4.47	4.47	4.45	5	1.12	1.20	6.03	2.94
10	Penampilan staff yang rapi dan bersih	4.62	4.62	3.53	5	1.42	1.50	9.82	4.80
11	Kecepatan pelayanan staff	4.58	4.58	3.38	5	1.48	1.50	10.15	4.96
12	Keandalan staff dalam memberikan pelayanan	4.77	4.77	3.41	5	1.47	1.50	10.49	5.12
13	Pelayanan proses transaksi dengan mudah	4.80	4.80	3.91	5	1.28	1.50	9.22	4.50
14	Tepat waktu dalam membuka Hall of The Great Hero	4.80	4.80	4.38	5	1.14	1.50	8.22	4.02
15	Staff mudah dihubungi saat ada keperluan	4.61	4.61	3.00	5	1.67	1.50	11.52	5.63
16	Staff menunjukkan keramahan	4.78	4.78	3.64	5	1.37	1.50	9.86	4.81
17	Staff memberikan pelayanan prima dan perhatian	4.76	4.76	2.94	5	1.70	1.50	12.16	5.94
18	Penanganan keluhan pengunjung dilakukan dengan cepat	4.76	4.76	2.94	5	1.70	1.50	12.16	5.94
19	Kesediaan staff dalam membantu pengunjung dengan cepat	4.81	4.81	3.40	5	1.47	1.50	10.61	5.18
20	Kesigapan staff dalam menghadapi pengunjung	4.79	4.79	3.07	5	1.63	1.50	11.70	5.71
21	Informasi yang diberikan jelas	4.81	4.81	3.56	5	1.41	1.50	10.15	4.96
22	Jaminan keamanan kendaraan ditempat parkir	4.82	4.82	4.12	5	1.21	1.20	7.02	3.43
23	Kesabaran staff dalam melayani pengunjung	4.84	4.84	2.91	5	1.72	1.50	12.47	6.09

3.1.3 Technical Response

**Tabel 2.** Respon Teknik

No	Atribut
1	Menyediakan altar yang bersih
2	Menyediakan altar yang luas
3	Menyediakan ruang tunggu yang nyaman
4	Pencahayaannya altar yang terang waktu beribadah
5	Lokasi mudah diakses dengan kendaraan umum maupun pribadi
6	Menyediakan lahan parkir yang luas
7	Menyediakan toilet yang bersih dan wangi
8	Menyediakan bangunan dengan desain yang menarik
9	Menyediakan interior dengan desain yang menarik
10	Training untuk para staff
11	Mengikuti SOP yang sudah ditetapkan
12	Penyediaan telepon untuk mencari informasi
13	Pembinaan moral dan sopan santun
14	Empati staff yang tinggi
15	Akurasi dalam pelayanan
16	Penyediaan security untuk menjaga keamanan
17	Staff profesional

3.2 Relationship

**Tabel 3.** Simbol Relationships Atribut dengan Respon Teknik

HOW	1. Menyediakan altar yang bersih	2. Menyediakan altar yang luas	3. Menyediakan ruang tunggu yang nyaman	4. Pencahayaannya altar yang terang waktu beribadah	5. Lokasi mudah diakses dengan kendaraan umum maupun pribadi	6. Menyediakan lahan parkir yang luas	7. Menyediakan toilet yang bersih dan wangi	8. Menyediakan bangunan dengan desain yang menarik	9. Menyediakan interior dengan desain yang menarik	10. Training untuk para staff	11. Mengikuti SOP yang sudah ditetapkan	12. Penyediaan telepon untuk mencari informasi	13. Pembinaan moral dan sopan santun	14. Empati staff yang tinggi	15. Akurasi dalam pelayanan	16. Penyediaan security untuk menjaga keamanan	17. Staff profesional
1. Altar yang bersih	●	●															
2. Altar yang luas	●	●															
3. Kondisi ruang tunggu yang nyaman dan luas			●														
4. Pencahayaannya altar yang terang	●	●		●													
5. Kemudahan akses menuju lokasi					●												
6. Tempat parkir yang luas						●											
7. Toilet yang bersih							●										
8. Desain bangunan yang menarik								●	●								
9. Desain interior yang menarik								●	●								
10. Penampilan staff yang rapi dan bersih										●	●	●	●	●	●	●	●
11. Kecepatan pelayanan staff											●	●	●	●	●	●	●
12. Keandalan staff dalam memberikan pelayanan											●	●	●	●	●	●	●
13. Pelayanan proses transaksi dengan mudah											●	●	●	●	●	●	●
14. Tepat waktu dalam membuka Hall of The Great Hero											●	●	●	●	●	●	●
15. Staff mudah dihubungi saat ada keperluan											●	●	●	●	●	●	●
16. Staff menunjukkan keramahan											●	●	●	●	●	●	●
17. Staff memberikan pelayanan prima dan perhatian											●	●	●	●	●	●	●
18. Penanganan keluhan pengunjung dilakukan dengan cepat											●	●	●	●	●	●	●
19. Kesiapan staff dalam membantu pengunjung dengan cepat											●	●	●	●	●	●	●
20. Kesiapan staff dalam menghadapi pengunjung											●	●	●	●	●	●	●
21. Informasi yang diberikan jelas											●	●	●	●	●	●	●
22. Jaminan keamanan kendaraan ditempat parkir											●	●	●	●	●	●	●
23. Kesabaran staff dalam melayani pengunjung											●	●	●	●	●	●	●

**Tabel 4.** Simbol Relationship pada HOQ

Relationships	Simbol	Value
Kuat	~	9
Sedang	™	3
Lemah	p	1
Tidak ada		0

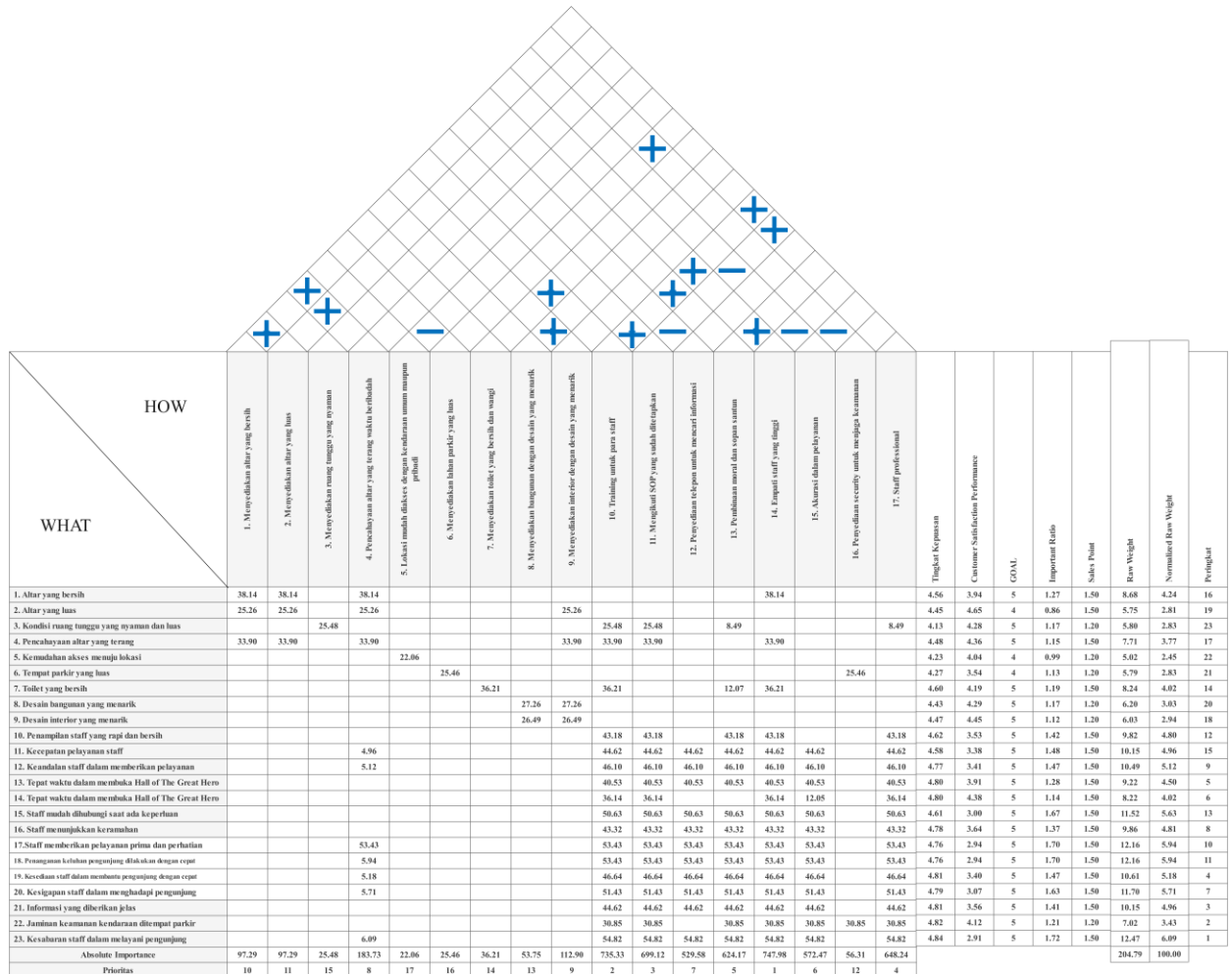
Sumber : Cohen (Herman et al., 2022)

**Tabel 5.** Simbol Technical Correlations pada HOQ

Simbol	Keterangan
+	Ada hubungan positif antar dua respon teknis
-	Ada hubungan negatif antar dua respon teknis
	Tidak ada hubungan antar dua respon teknis

Sumber : Cohen (Herman et al., 2022)

### 3.3 Matriks House of Quality



**Gambar 1.** House of Quality

### 3.4 Analisis Penelitian

- Atribut keinginan dan kebutuhan pengunjung diambil dari pengisian *Voice of Customer* dari beberapa pengunjung yang pernah melakukan peribadatan maupun kunjungan di Maha Vihara Maitreya, Medan. Dari pengisian terdapat 23 atribut layanan jasa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pengunjung, dan ini akan dijadikan atribut kuesioner untuk 97 responden didalam penelitian.
- Penyusunan HOQ matriks perencanaan digunakan untuk mengubungkan keinginan pengunjung dengan lembaga organisasi agar melakukan respon teknis yang berguna memenuhi kebutuhan pengunjung. Didalam penelitian ini terdapat 5 langkah matriks perencanaan yaitu:
  - Importance to customer* didapat dari jawaban responden. Nilai tertinggi terdapat pada bagian atribut kesabaran staff dalam melayani pengunjung. Sedangkan peringkat terendah terdapat pada bagian atribut kondisi ruang tunggu yang nyaman dan luas.
  - Customer satisfaction performance* didapat dari jawaban responden. Nilai tertinggi terdapat pada atribut altar yang luas dan desain interior yang menarik dengan total skor 451 dan 432. Sedangkan peringkat terendah terdapat pada atribut kesabaran staff dalam melayani pengunjung dengan total skor 282.
  - Nilai goal* didapat dari jawaban lembaga organisasi dengan skala penilaian sangat penting dengan nilai point 5, penting dengan nilai point 4, cukup penting dengan nilai point 3, tidak penting dengan nilai point 2, dan sangat tidak penting dengan nilai point 1.

4. *Improvement ratio* didapatkan dari nilai goal dibagi dengan *customer satisfaction performance* dengan nilai tertinggi pada atribut kesabaran staff dalam melayani pengunjung dengan IR 1.72. Sedangkan IR yang terendah terdapat pada atribut altar yang luas dengan IR 0.86.
5. Nilai *sales point* didapat dari jawaban lembaga organisasi dengan skala penilaian memberikan pengaruh besar dengan nilai point 1.5, memberikan pengaruh kecil dengan nilai point 1.2, dan tidak memberikan pengaruh dengan nilai point 1.
6. *Raw Weight* didapatkan dari perkalian antara *importance to customer, improvement ratio, dan sales point*. Nilai tertinggi terdapat pada atribut kesabaran staff dalam melayani pengunjung. Sedangkan urutan terendah terdapat pada atribut kemudahan akses menuju lokasi.
7. *Normalized raw weight* didapatkan dari *raw weight* dibagi *raw weight* Total, kemudian dikalikan 100. Nilai tertinggi terdapat pada atribut kesabaran staff dalam melayani pengunjung.
- c. *House of Quality Technical Response*. Dari 23 atribut keinginan dan kebutuhan pengunjung terdapat 17 respon teknis lembaga organisasi yang didapatkan melalui wawancara kepada salah satu pihak pengurus Maha Vihara Maitreya, Medan.
- d. *House of Quality Technical Relationships*, ini merupakan korelasi antara nilai atribut keinginan dan kebutuhan pengunjung dengan atribut respon teknis yang mempunyai skala penilaian jika skala kuat dengan nilai 9, skala sedang dengan nilai 3, skala lemah dengan nilai 1 dan skala tidak ada dengan nilai 0. Salah satu hubungan yang kuat dengan nilai 9 terdapat pada atribut altar yang bersih dengan empati staff yang tinggi, hubungan yang sedang dengan nilai 3 terdapat pada atribut toilet yang bersih dengan pembinaan moral dengan sopan santun, sedangkan hubungan yang lemah dengan nilai 1 terdapat pada atribut staff memberikan pelayanan prima dan perhatian dengan pencahayaan altar yang terang waktu beribadah.
- e. *House of Quality Technical Correlations*, ini memperlihatkan hubungan antar respon teknis satu dengan lainnya, yang mempunyai skala penilaian jika keterkaitan positif maka artinya mempunyai hubungan positif antar dua respon teknis, skala negatif jika memiliki hubungan negatif antar dua respon teknis. Sehingga ini memudahkan dalam menentukan kebijakan yang akan diambil mengenai respon teknis yang akan dilakukan. Salah satu yang mempunyai hubungan yang positif terdapat pada respon teknis training untuk para staff dengan mengikuti SOP yang sudah ditetapkan. Sedangkan salah satu yang mempunyai hubungan yang negatif terdapat pada respon teknis lokasi mudah diakses dengan kendaraan umum maupun pribadi dengan menyediakan lahan parkir yang luas.
- f. Penyusunan *Technical Prioritas*, memperlihatkan skor masing-masing atribut berdasarkan perkalian antara *Normalized Raw Weight* dengan nilai hubungan atribut teknik, lalu nilai yang didapat dijumlahkan. Nilai *absolute importance* adalah nilai yang dapat mengindikasikan suatu aspek teknis untuk melihat apakah sangat dibutuhkan dalam memperbaiki suatu atribut, jika bernilai tinggi maka dapat diindikasikan bahwa aspek tersebut adalah salah satu yang penting untuk diprioritaskan. Diketahui nilai prioritas yang pertama terdapat pada respon teknis empati staff yang tinggi yang berhubungan dengan beberapa atribut yaitu:
  1. Altar yang bersih
  2. Pencahayaan altar yang terang
  3. Toilet yang bersih
  4. Penampilan staff yang rapi dan bersih
  5. Kecepatan pelayanan
  6. Keandalan staff dalam memberikan pelayanan
  7. Pelayanan proses transaksi dengan mudah
  8. Tepat waktu dalam membuka *Hall of The Great Hero*
  9. Staff mudah dihubungi saat ada keperluan
  10. Staff menunjukkan keramahan
  11. Staff memberikan pelayanan prima dan perhatian
  12. Penanganan keluhan pengunjung dilakukan dengan cepat
  13. Kesiapan staff dalam membantu pengunjung dengan cepat
  14. Kesiapan staff dalam menghadapi pengunjung
  15. Informasi yang diberikan jelas
  16. Jaminan keamanan kendaraan ditempat
  17. Kesabaran staff dalam melayani pengunjung
- g. *House of Quality* tersusun informasi mengenai apa saja atribut keinginan dan kebutuhan pengunjung beserta besaran nilai-nilai untuk memberi informasi mengenai atribut apa yang layak untuk dijadikan prioritas dalam meningkatkan layanan. Berikut adalah atribut yang layak dijadikan prioritas untuk peningkatan layanan:
  1. Kesabaran staff dalam melayani pengunjung
  2. Jaminan keamanan kendaraan ditempat
  3. Informasi yang diberikan jelas
  4. Kesiapan staff dalam membantu pengunjung dengan cepat
  5. Pelayanan proses transaksi dengan mudah

Kemudian didalam HOQ terdapat rekomendasi dari aspek teknis yang dibutuhkan untuk perbaikan kualitas pelayanan pada saat ini. Diantara aspek teknis tersebut yang dapat diprioritaskan, yaitu:

1. Empati staff yang tinggi
2. *Training* untuk para staff
3. Mengikuti SOP yang sudah ditetapkan
4. Staff professional
5. Pembinaan moral dan sopan santun

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan *House of Quality Technical Correlations*, memperlihatkan hubungan antar respon teknis satu dengan lainnya, yang mempunyai skala penilaian jika keterangan positif maka artinya mempunyai hubungan positif antar dua respon teknis, skala negatif jika memiliki hubungan negatif antar dua respon teknis. Sehingga ini memudahkan dalam menentukan kebijakan yang akan diambil mengenai respon teknis yang akan dilakukan. Salah satu yang mempunyai hubungan yang positif terdapat pada respon teknis training untuk para staff dengan mengikuti SOP yang sudah ditetapkan. Sedangkan salah satu yang mempunyai hubungan yang negatif terdapat pada respon teknis lokasi mudah diakses dengan kendaraan umum maupun pribadi dengan menyediakan lahan parkir yang luas. Berdasarkan analisis, diketahui bahwa terdapat atribut yang memiliki nilai tinggi, sehingga perlu diprioritaskan, yaitu kesabaran staff dalam melayani pengunjung, jaminan keamanan kendaraan ditempat, informasi yang diberikan jelas, kesediaan staff dalam membantu pengunjung dengan cepat hingga pelayanan proses transaksi dengan mudah. Berdasarkan nilai pada *absolute importance* terdapat beberapa respon teknis yang nilainya lebih tinggi dibanding respon teknis yang lain, oleh karena itu layak untuk diprioritaskan, seperti empati staff yang tinggi, training untuk para staff, mengikuti SOP yang sudah ditetapkan, staff professional, pembinaan moral dan sopan santun.

#### REFERENCES

- Febriana, S. (2020). *IMPLEMENTASI METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK AIR KEMASAN*. Universitas Hasanuddin Makassar.
- Herman, H., Amrina, E., & Bora, M. A. (2022). Penerapan Quality Function Deployment Dalam Peningkatan Kualitas Layanan Perpustakaan Perguruan Tinggi. *Sigma Teknika*, 5(1), 001–011. <https://doi.org/10.33373/sigmateknika.v5i1.4090>
- Jamily, M. H. (2018). *Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Laundry Thoyyiba Dengan Menggunakan Metode Servqual dan Quality Function Deployment* [Universitas Muhammadiyah Gresik]. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Kang, X., Yang, M., Wu, Y., & Ni, B. (2018). Integrating Evaluation Grid Method and Fuzzy Quality Function Deployment to New Product Development. *Mathematical Problems in Engineering*, 2018, 1–15. <https://doi.org/10.1155/2018/2451470>
- Lestari, R., Wardah, S., & Ihwan, K. (2020). Analisis Pengembangan Pelayanan Jasa Tv Kabel Menggunakan Metode Quality Function Deployment ( Qfd ). *Jisi: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 7(1), 57–63.
- Mizani, F. A. (2021). *PENINGKATAN KUALITAS PRODUK KERIPIK BUAH SALAK KHAS MALANG dengan MENGGUNAKAN METODE KANO dan QFD (QUALITY FUNGCTION DEPLOYMENT)*. Malang: Universitas Muhammadiyah.
- Nanna, S. (2019). Pengaruh Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Kantor Camat Lappariaja Kabupaten Bone. *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 53(9), 1689–1699. [www.journal.uta45jakarta.ac.id](http://www.journal.uta45jakarta.ac.id)
- Oktavirinaldy, M. R., Hadi, R. M. El, & Dellarosawati, M. (2020). *PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN KONSUMEN PADA USAHA IBE FURNITUR DENGAN MENGGUNAKAN METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) IMPROVING*. 7(1), 1964–1978.
- Putri, J. Y. (2017). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Masjid Agung Madani Islamic Center Kabupaten Rokan Hulu Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan*. Riau: Universitas Pasir Pengaraian.
- Ritonga, H. M., Pane, D. N., & Rahmah, C. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HONDA IDK 2 MEDAN. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2), 30–44.
- Sentosa, R., Lahindah, L., & Gandajaya, L. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Quality Function Deployment Pada Modern Laundry Cirebon. *Bina Ekonomi*, 25(1), 76–94. <https://doi.org/10.26593/be.v25i1.5219.76-94>
- Yuan, J., Zhang, Z. M., Yüksel, S., & DiNçer, H. (2020). Evaluating Recognitive Balanced Scorecard-Based Quality Improvement Strategies of Energy Investments With the Integrated Hesitant 2-Tuple Interval-Valued Pythagorean Fuzzy Decision-Making Approach to QFD. *IEEE Access*, 8, 171112–171128. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.3023330>