

PENERAPAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)* SEBAGAI UPAYA UNTUK PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN

Sri Indriani¹, Sanny Andjar Sari²

^{1,2}Jurusan Teknik Industri, Institut Teknologi Nasional Malang

Masuk: 7 Mei 2011, revisi masuk : 9 Juli 2011, diterima: 25 Juli 2011

ABSTRACT

Quality of service is a very important factor in an entertainment business. This cases on research of MGM City Club is an entertainment business to the concept of One Stop Entertainment. Includes art galleries, Pub, Lounge, and karaoke. This study aims to analyze the quality of customer services and factors-other factors that can enhance progress for the company. Fulfilling customer expectations and customer satisfaction will bring benefits to the company. To meet consumer expectations, it is necessary to perform design services with quality improvement QFD. The use of these methods can help companies focus on improvements that should be made to meet these consumer expectations. Based on this analysis it is known that the highest attribute value of interest rate is "Keamanan saat berada di pub" with a value of 4.73, and the lowest is "Adanya kemudahan dalam penyampaian komplain" with the value 4.30. The value of the highest satisfaction level was "Sound yang memadai" with a value of 3.83 and the lowest is "Jumlah meja dan kursi yang memadai" with a value of 2.54. While the priority for attention by the pub was "Melakukan briefing setiap hari" with a value of 1.397.

Keywords: *Quality function deployment, city club, customer satisfaction*

INTISARI

Kualitas layanan merupakan faktor yang sangat penting pada sebuah bisnis hiburan. Studi kasus pada penelitian ini adalah *MGM City Club* yang merupakan sebuah bisnis hiburan dengan konsep *One Stop Entertainment* meliputi Galeri seni, *Pub*, *Lounge*, dan karaoke. Tujuan daripada menganalisis kualitas pelayanan terhadap konsumen dan faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan kemajuan bagi perusahaan. Pemenuhan harapan dari konsumen akan mendatangkan kepuasan konsumen dan keuntungan bagi perusahaan. Untuk memenuhi harapan konsumen, maka perlu dilakukan perancangan peningkatan kualitas layanan dengan metode *QFD*. Penggunaan metode tersebut dapat membantu perusahaan memfokuskan perbaikan yang sebaiknya dilakukan untuk memenuhi harapan konsumen tersebut. Berdasarkan hasil analisis ini dapat diketahui bahwa nilai atribut tertinggi tingkat kepentingan adalah "Keamanan saat berada di *pub*" dengan nilai 4,73, dan yang terendah adalah "Adanya kemudahan dalam penyampaian komplain" dengan nilai 4,30. Nilai tingkat kepuasan tertinggi adalah "Sound yang memadai" dengan nilai 3,83 dan yang terendah adalah "Jumlah meja dan kursi yang memadai" dengan nilai 2,54. Sedangkan yang diprioritaskan untuk diperhatikan oleh pihak *pub* adalah "Melakukan *briefing* setiap hari" dengan nilai 1,397.

Kata Kunci : *Quality function deployment, city club, kepuasan konsumen*

PENDAHULUAN

Tingginya kebutuhan akan hiburan tentunya menyebabkan dunia usaha jasa di bidang hiburan semakin berkembang pesat. Salah satunya yang menjadi fenomena dari munculnya *pub-pub* yang menawarkan hiburan bagi masyarakat

kelas menengah ke atas. *MGM City Club* di jalan Raya Arjuna 87-93, Surabaya sebagai salah satu *pub* baru yang ikut meramaikan persaingan tersebut, tentunya menyadari kepuasan konsumen dalam kelanjutan usahanya. Penilaian konsumen terhadap *MGM City Club* juga

¹sannysari@yahoo.com

dipengaruhi adanya *pub-pub* pesaing dalam menarik perhatian konsumen. Karena itu diperlukan kesadaran untuk mengetahui kualitas layanan yang akan dan telah diberikan untuk memahami siapa yang menjadi konsumen mereka, serta mengetahui penilaian dan harapan konsumen terhadap fasilitas layanan yang disediakan.

Peningkatan kualitas layanan di berbagai segi sangat perlu untuk dilakukan agar kepuasan konsumen dapat sepenuhnya tercapai. Untuk mendukung tercapainya hal ini, maka sangat perlu untuk melakukan evaluasi terhadap kualitas layanan yang diberikan kepada para konsumen (Cohen, L., 1995).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas dapat dirumuskan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut, yaitu: 1). Bagaimana karakteristik kualitas pelayanan MGM *City Club* Surabaya yang diinginkan oleh konsumen?. 2). Bagaimana kondisi kesenjangan/perbedaan kualitas layanan yang diterima dengan yang diharapkan oleh konsumen?. 3). Bagaimana cara meningkatkan kualitas pelayanan di MGM *City Club* Surabaya dengan metode *Quality Function Deployment (QFD)*.

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut : 1). Mengidentifikasi karakteristik kualitas pelayanan MGM *City Club* Surabaya yang diinginkan oleh *customer*. 2). Menentukan kondisi kesenjangan yang diterima dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. 3). Mengembangkan kebutuhan pelanggan untuk meningkatkan kualitas layanan MGM *City Club* Surabaya.

METODE

Voice of the 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 dalam menyusun kuesioner (pengumpulan data kuantitatif) untuk mengetahui tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap MGM *City Club* Surabaya.

Pengumpulan data kualitatif dilakukan dengan wawancara atau interview

ada konsumen MGM *City Club* Surabaya.

Tabel 1. *Voice of The Customer*

No.	Atribut
1	Tempat parkir yang luas
2	Tata letak ruangan dan <i>bar</i> yang praktis dan nyaman, serta penataan meja & kursi yang baik
3	Suhu ruangan yang sejuk dan nyaman
4	<i>Sound</i> yang memadai
5	<i>Dance floor</i> yang lapang
6	<i>Performance live band</i> yang menarik
7	Kebersihan ruangan, meja, dan kursi
8	Kebersihan dan kenyamanan toilet
9	Jumlah meja dan kursi yang memadai
10	Keahlian koki dalam memasak makanan (kualitas makanan)
11	Harga yang wajar (bersaing)
12	Layanan <i>valet parking</i> yang cepat
13	<i>Waiter/waitress</i> tanggap dan sigap serta bersedia untuk membantu
14	Pelayanan pesanan makanan dan minuman yang cepat
15	Antrian kasir pintu masuk yang cepat
16	Keamanan saat berada di <i>pub</i>
17	Keramahan dan kesopanan petugas kasir dan <i>security</i> pintu masuk
18	Keramahan dan kesopanan <i>waiter/waitress</i>
19	Kemudahan dalam penyampaian komplain
20	Adanya tanggapan terhadap komplain atau saran dari konsumen

Sumber : Hasil Analisis

Dengan atribut di atas, maka dirancang kuesioner untuk disebar pada pelanggan MGM *City Club* Surabaya. Ukuran sampel minimum yang diperlukan dalam penelitian ini didapat dari perhitungan Bernoulli sebagai berikut :

$$N \geq \frac{(Z \alpha/2)^2 p \cdot q}{e^2} \quad N \geq \frac{1,96^2 (1/2)(1/2)}{0,1^2} \\ \geq 61,4656 \approx 62$$

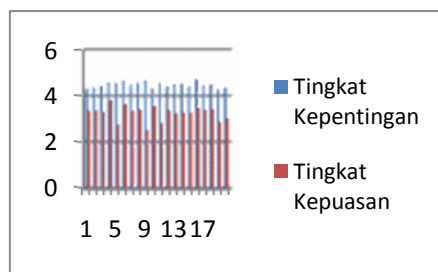
Jadi jumlah sampel minimum ini yang diperlukan 62 responden. Disebar kuesioner sebanyak 70 buah. Jadi syarat minimum jumlah sampel telah terpenuhi. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah atribut kuesioner terse-

but telah mampu menggambarkan apa yang diinginkan para konsumen. Pengujian menggunakan software SPSS 14.00.

PEMBAHASAN

Matriks perencanaan (*Planning Matrix*) *Importance to Customer*, bagian ini berisikan hal-hal yang dipentingkan oleh konsumen terhadap pelayanan di MGM *city club* Surabaya. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS didapatkan bahwa r hitung untuk semua atribut masih lebih besar dari r tabel. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kuesioner diatas cukup valid untuk ke 20 atribut tersebut. Uji *Reliability* digunakan untuk melihat tingkat konsisten pelanggan terhadap variabel yang ada. Dari hasil perhitungan dengan SPSS didapat *Cronbach's Alpha if Item Deleted* dari ke 20 atribut yang ada, lalu di bandingkan dengan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,6 (Hasan, M. Iqbal., 2002).

Customer and Competitive Satisfaction Performance bertujuan untuk mengetahui seberapa puas responden terhadap tiap atribut pelayanan di MGM *City Club* Surabaya. Jika dibandingkan antara produk tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan pada pelayanan di MGM *City Club* Surabaya maka didapat hasil seperti Gambar 1.



Gambar 1. Grafik *Importance to Customer and Customer Satisfaction Performance*

Dari data pada Tabel 2. dapat dilihat bahwa, pada semua atribut di atas nilai kepentingannya lebih besar dari nilai kepuasan, yang berarti bahwa MGM *City Club* Surabaya masih harus meningkatkan lagi kualitas pelayanannya pada atribut-atribut tersebut. Sedangkan dari *Goal* merupakan *level performance* yang ingin dicapai perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (*customer need*).

Tabel 2 . Nilai A. *Importance to Customer*, Nilai B. *Customer and Competitive Satisfaction Performance*

NO	Atribut	Nilai A	Nilai B
1	Tempat parkir yang luas	4.33	3.36
2	Tata letak ruangan dan <i>bar</i> yang praktis dan nyaman, serta penataan meja & kursi yang baik	4.37	3.36
3	Suhu ruangan yang sejuk dan nyaman	4.44	3.31
4	<i>Sound</i> yang memadai	4.61	3.83
5	<i>Dance floor</i> yang lapang	4.57	2.76
6	<i>Performance live band</i> yang menarik	4.69	3.66
7	Kebersihan ruangan, meja, dan kursi	4.51	3.37
8	Kebersihan dan kenyamanan toilet	4.57	3.44
9	Jumlah meja dan kursi yang memadai	4.69	2.54
10	Keahlian koki dalam memasak makanan (kualitas makanan)	4.36	3.56
11	Harga yang wajar (bersaing)	4.57	2.83
12	Layanan <i>valet parking</i> yang cepat	4.43	3.36
13	<i>Waiter/waitress</i> tanggap dan sigap serta bersedia untuk membantu	4.53	3.27
14	Pelayanan pesanan makanan dan minuman yang cepat	4.54	3.29
15	Antrian kasir pintu masuk yang cepat	4.41	3.29
16	Keamanan saat berada di <i>pub</i>	4.73	3.47
17	Keramahan dan kesopanan petugas kasir dan <i>security</i> pintu masuk	4.46	3.40
18	Keramahan dan kesopanan <i>waiter/waitress</i>	4.50	3.44
19	Kemudahan dalam penyampaian komplain	4.30	2.90
20	Adanya tanggapan terhadap komplain atau saran dari konsumen	4.37	3.04

Performance goal ini dinyatakan dalam bentuk skala numeric yang tertingi dari perbandingan nilai kepentingan, nilai kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh MGM *City Club* Surabaya. Seperti yang ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3 . Nilai A. Hasil *Analisis Goal*, Dan Nilai B Hasil Pengolahan Data *Improvement Ratio*; Nilai C Hasil *Analisis Sales Point*

NO.	Atribut	Nilai A	Nilai B	Nilai C	RAW WEIGHT	NORMALIZED RAW WEIGHT
1	Tempat parkir yang luas	4.33	1.29	1	5.578	0.039
2	Tata letak ruangan dan <i>bar</i> yang praktis dan nyaman, serta penataan meja & kursi yang baik	4.37	1.30	1.2	7.157	0.050
3	Suhu ruangan yang sejuk dan nyaman	4.44	1.34	1	5.921	0.041
4	<i>Sound</i> yang memadai	4.61	1.20	1	5.365	0.037
5	<i>Dance floor</i> yang lapang	4.57	1.66	1.2	8.147	0.057
6	<i>Performance live band</i> yang menarik	4.69	1.28	1.2	6.898	0.048
7	Kebersihan ruangan, meja, dan kursi	4.51	1.34	1.2	7.020	0.049
8	Kebersihan dan kenyamanan toilet	4.57	1.33	1	6.225	0.043
9	Jumlah meja dan kursi yang memadai	4.69	1.85	1.5	12.305	0.086
10	Keahlian koki dalam memasak makanan (kualitas makanan)	4.36	1.22	1	5.651	0.039
11	Harga yang wajar (bersaing)	4.57	1.61	1	7.567	0.053
12	Layanan <i>valet parking</i> yang cepat	4.43	1.32	1	5.952	0.041
13	<i>Waiter/waitress</i> tanggap dan sigap serta bersedia untuk membantu	4.53	1.39	1.2	7.006	0.049
14	Pelayanan pesanan makanan dan minuman yang cepat	4.54	1.38	1.5	8.841	0.062
15	Antrian kasir pintu masuk yang cepat	4.41	1.34	1	5.764	0.040
16	Keamanan saat berada di <i>pub</i>	4.73	1.36	1	6.134	0.043
17	Keramahan dan kesopanan petugas kasir dan <i>security</i> pintu masuk	4.46	1.31	1.2	7.129	0.050
18	Keramahan dan kesopanan <i>waiter/waitress</i>	4.50	1.31	1.2	7.131	0.050
19	Kemudahan dalam penyampaian komplain	4.30	1.48	1.2	8.134	0.057
20	Adanya tanggapan terhadap komplain atau saran dari konsumen	4.37	1.44	1.5	9.642	0.067

Sumber : Hasil Analisis

Nilai improvement ratio, menunjukkan bobot kesulitan untuk melakukan peningkatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. *Sales point* merupakan informasi kemampuan menjual produk berdasarkan setiap *customer need* terpenuhi. Nilai 1: menunjukkan bahwa tidak ada titik penjualan, nilai 1,2: menunjukkan titik penjualan menengah, Nilai 1,5: menunjukkan titik penjualan kuat.

Sedangkan nilai *raw weight* dan *normalized raw weight*, hasil pengolahan data nilai yang memiliki nilai *raw weight* tinggi, akan menjadi perhatian utamanya perusahaan untuk ditingkatkan dalam memenuhi kepuasan pelanggan, sebagaimana diperlihatkan pada Tabel 3. Dari Tabel 3. dapat diketahui bahwa atribut "Jumlah meja dan kursi yang memadai"

mempunyai nilai tertinggi yaitu 12.305 dengan *normalized raw weight* 0,086. Jadi atribut "Jumlah meja dan kursi yang memadai" itulah yang sangat dibutuhkan dan menjadi perhatian khusus tim pengembang kualitas untuk ditingkatkan terlebih dahulu sebelum atribut "Adanya tanggapan terhadap komplain atau saran dari konsumen" yang mempunyai nilai 9,642 dengan *normalized raw weight* 0,067.

Tahap pembuatan *house of quality* respon teknis, pada tahap ini tim akan memberikan solusi-solusi untuk memenuhi keinginan pelanggan atau solusi yang ditawarkan merupakan respon (secara teknis) terhadap *voice of the customer* untuk dapat memenuhi kepuasan pelanggan.

Tabel 4. Respon Teknis Hasil Pengolahan Data Prioritas dan Kontribusi Serta Hasil Analisis Nilai Target

NO	RESPON TEKNIS	SPEKIFIKASI	PRIORITAS	KONTRIBUSI	TARGET PRIORITAS
1.	Peninjauan ulang layanan <i>valet parking</i>	Penyesuaian areal parkir dan jumlah petugas <i>valet</i> dengan rasio jumlah kendaraan yang keluar masuk	0.720	0.0598	78.84
2.	Menambah 1 <i>bar</i> saat <i>pub</i> ramai	Untuk meng-cover pengunjung pada saat <i>event</i> tertentu	0.558	0.0463	40.86
3.	Menambah 2 unit AC	Untuk mendapatkan suhu ruangan yang lebih sejuk, khususnya pada saat ramai atau saat <i>event</i> tertentu	0.369	0.0306	39.96
4.	Penambahan 2 <i>giant speaker</i>	Tata suara menjadi lebih baik, jernih, tidak pecah, dan tidak terjadi <i>feedback</i>	0.477	0.0396	55.56
5.	Memperluas <i>dancefloor</i> 2x lipat	Memberikan <i>rolling</i> pada <i>stage</i> , sehingga saat <i>dancefloor</i> sesak, maka <i>stage</i> didorong ke belakang sehingga lebih luas	0.663	0.0550	54.24
6.	Melakukan seleksi <i>band</i> yang ketat	<i>Band</i> diganti tiap 2 – 3 bulan agar pengunjung tidak jenuh	0.432	0.0359	42.21
7.	Mengontrol kebersihan ruangan dan toilet	Penambahan penempatan masing – masing 1 orang <i>housekeeping</i> pada tiap – tiap toilet	0.828	0.0687	81.72
8.	Menggalakkan sistem <i>reserve</i>	Memberikan kepastian tempat bagi pengunjung serta untuk memperkirakan jumlah pengunjung yang akan datang	1.095	0.0909	69.03
9.	Menyediakan <i>extra</i> meja dan kursi	Untuk mengantisipasi peningkatan jumlah pengunjung, terutama pada saat <i>event</i> tertentu	0.774	0.0643	42.21
10.	Melakukan training untuk <i>chef</i>	Untuk mempelajari menu – menu baru serta peningkatan kualitas makanan	0.413	0.0343	43.78
11.	Melakukan program promosi	Program promosi tetap serta program promosi yang sifatnya bervariasi tiap periodenya	0.477	0.0396	41.13
12.	Menambah <i>manning staff</i> saat <i>pub</i> ramai	<i>Manning staff</i> akan ditambahkan di bagian <i>waiter/waitress</i> dan bagian <i>bar</i> , tergantung besarnya <i>event</i> yang diadakan	0.558	0.0463	40.86
13.	Melakukan <i>briefing</i> setiap hari	Diharapkan karyawan lebih tanggap, sigap, dan bersedia membantu pengunjung	1.397	0.1160	112.64
14.	Melakukan perubahan pada sistem antrian kasir	Penambahan 1 orang staf kasir	0.36	0.0299	39.69
15.	Menambah jumlah <i>security</i> yang <i>standby</i> di dalam <i>pub</i>	Membahkan 2 orang <i>security</i> yang bertugas didalam <i>pub</i>	0.387	0.0321	42.57
16.	Melakukan training <i>hospitality</i>	Training yang diberikan terutama kepada karyawan yang berhadapan langsung dengan pengunjung	1.071	0.0889	93.54
17.	Menyediakan <i>guest comment card</i>	Sebagai jembatan komunikasi antara konsumen dengan pihak perusahaan	0.863	0.0716	65.30
18.	Memberikan tanggapan dan kompensasi terhadap <i>komplain</i>	Agar pengunjung yang telah diberikan tanggapan dan kompensasi tidak memperpanjang <i>komplain</i> nya	0.603	0.0501	39.33

Sumber : Hasil Analisis

Respon teknis didapatkan menggambarkan kemampuan teknis yang mampu merespon keinginan pelanggan seperti pada Tabel 4. Matriks Teknis (*Technical Matrix*) bertujuan menentukan respon teknis dan membandingkan dengan pesaing. Sedangkan untuk prioritas

dan kontribusi respon teknis tersebut dalam memenuhi kepuasan konsumen, hal tersebut diperlihatkan pada Tabel 4. *Relationship Matrix* perlu dilakukan untuk mengetahui respon teknis tersebut dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Hubungan ini digambarkan dengan simbol-

simbol seperti diperlihatkan pada Tabel 5. *Technical Correlation* perlu dibuat untuk memetakan hubungan dan ketergantungan antar tim respon teknis.

Dilihat dari perbandingan tingkat kepuasan pelanggan dengan nilai *goal* yang ingin dicapai, maka dapat diambil ringkasan analisisnya diperlihatkan pada Tabel 7.

Strategi Pemasaran, sebagai akhir dari seluruh tahapan *Quality Function Deployment* (QFD) untuk mengetahui kebijakan perusahaan didalam melakukan perbaikan untuk meningkatkan kualitas

produk sesuai dengan keinginan pelanggan, maka perlu diambil kebijakan atau untuk dapat memenuhi keinginan pelanggan yang disesuaikan dengan kemampuan perusahaan (Cohen, L.,1995). Beberapa pilihan strategi yang dapat digunakan oleh pihak *pub* dalam memenuhi keinginan dari pelanggannya :Strategi peningkatan kualitas (*quality improvement*), Strategi peningkatan keistimewaan (*feature improvement*) dan Strategi peningkatan gaya. (Supranto, J., 2006).

Tabel 7. Analisis *Quality Function Deployment*

NO.	ATRIBUT	Tingkat Kepuasan Pelanggan	Goal	Keterangan
1	Tempat parkir yang luas	3.36	4.33	<i>Ditingkatkan</i>
2	Tata letak ruangan dan <i>bar</i> yang praktis dan nyaman, serta penataan meja & kursi yang baik	3.36	.37	<i>Ditingkatkan</i>
3	Suhu ruangan yang sejuk dan nyaman	3.31	4.44	<i>Ditingkatkan</i>
4	<i>Sound</i> yang memadai	3.83	4.61	<i>Ditingkatkan</i>
5	<i>Dance floor</i> yang lapang	2.76	4.57	<i>Ditingkatkan</i>
6	<i>Performance live band</i> yang menarik	3.66	4.69	<i>Ditingkatkan</i>
7	Kebersihan ruangan, meja, dan kursi	3.37	4.51	<i>Ditingkatkan</i>
8	Kebersihan dan kenyamanan toilet	3.44	4.57	<i>Ditingkatkan</i>
9	Jumlah meja dan kursi yang memadai	2.54	4.69	<i>Ditingkatkan</i>
10	Keahlian koki dalam memasak makanan (kualitas makanan)	3.56	4.36	<i>Ditingkatkan</i>
11	Harga yang wajar (bersaing)	2.83	4.57	<i>Ditingkatkan</i>
12	Layanan <i>valet parking</i> yang cepat	3.36	4.43	<i>Ditingkatkan</i>
13	<i>Waiter/waitress</i> tanggap dan sigap serta bersedia untuk membantu	3.27	4.53	<i>Ditingkatkan</i>
14	Pelayanan pesanan makanan dan minuman yang cepat	3.29	4.54	<i>Ditingkatkan</i>
15	Antrian kasir pintu masuk yang cepat	3.29	4.41	<i>Ditingkatkan</i>
16	Keamanan saat berada di <i>pub</i>	3.47	4.73	<i>Ditingkatkan</i>
17	Keramahan dan kesopanan petugas kasir dan <i>security</i> pintu masuk	3.40	4.46	<i>Ditingkatkan</i>
18	Keramahan dan kesopanan <i>waiter/waitress</i>	3.44	4.50	<i>Ditingkatkan</i>
19	Kemudahan dalam penyampaian komplain	2.90	4.30	<i>Ditingkatkan</i>
20	Adanya tanggapan terhadap komplain atau saran dari konsumen	3.04	4.37	<i>Ditingkatkan</i>

Sumber : Hasil Analisis

Tabel 5. Simbol *Relationship*

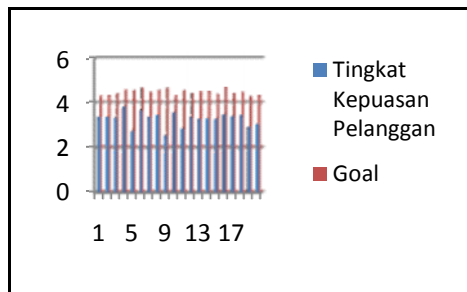
SIMBOL	NILAI	KETERANGAN
<kosong>	0	Tidak ada hubungan
△	1	Mungkin ada hubungan
○	3	Hubungannya sedang
⊗	9	Sangat kuat hubungannya

Sumber : *Cohen L.*

Tabel 6. Simbol *Technical Correlation*

SIMBOL	KETERANGAN
▲	Pengaruh positif sangat kuat
△	Pengaruh positif cukup kuat
<kosong>	Tidak ada pengaruh
×	Pengaruh negatif cukup kuat
××	Pengaruh negatif sangat kuat

Sumber : *Cohen L.*



Gambar 7. Grafik Analisis QDF

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik layanan dapat ditentukan berdasarkan atribut-atribut yang dipentingkan oleh konsumen yaitu: tempat parkir yang luas, tata letak ruangan dan bar yang praktis dan nyaman serta penataan meja & kursi yang baik, suhu ruangan yang sejuk dan nyaman, *sound* yang memadai, *dance floor* yang lapang, *performance live band* yang menarik, kebersihan ruangan, meja, dan kursi, kebersihan dan kenyamanan toilet, jumlah meja dan kursi yang memadai, keahlian koki dalam memasak makanan (kualitas makanan), harga yang wajar (bersaing), layanan *valet parking* yang cepat, *waiter/waitress* tanggap dan sigap serta bersedia untuk membantu, pelayanan pesanan makanan dan minuman yang cepat, antrian kasir pintu masuk yang cepat, keamanan saat berada di *pub*, keramahan dan kesopanan petugas kasir dan *security* pintu masuk, keramahan dan kesopanan *waiter/waitress*, kemudahan dalam penyampaian komplain, adanya tanggapan terhadap komplain atau saran dari konsumen.

Dari hasil analisis servqual menunjukkan bahwa terjadi kesenjangan negatif antara harapan dan kepuasan yang dialami konsumen pada semua kriteria jasa. Hal ini berarti harapan konsumen terhadap kualitas layanan lebih tinggi daripada layanan yang diterima. Sedangkan yang diprioritaskan untuk diperhatikan oleh pihak *pub* adalah "Melakukan *briefing* setiap hari" dengan nilai 1,397. Urut-urutan prioritas pengembangan yang harus dilakukan oleh pihak *pub* adalah sebagai berikut : melakukan *briefing* setiap hari, Menggalakkan sistem *reserve*, melakukan training *hospitality*, menyediakan *guest comment card*, Mengontrol kebersihan ruangan dan toilet,

menyediakan *extra* meja dan kursi, peninjauan ulang layanan *valet parking*, Memperluas *dancefloor* dua kali lipat, memberikan tanggapan dan kompensasi terhadap complain, menambah satu *bar* saat *pub* ramai, menambah *manning staff* saat *pub* ramai, Penambahan dua *giant speaker*, melakukan program promosi, dan melakukan seleksi *band* yang ketat, melakukan training untuk *chef*, menambah jumlah *security* yang *standby* di dalam *pub*, menambah 2 unit AC, Melakukan perubahan pada sistem antrian kasir.

Strategi pengembangan yang berdasarkan 3 *customer requirement* yang memiliki rangking tertinggi yaitu melakukan *briefing* setiap hari *Briefing* akan dilakukan setiap hari selama 15 menit sebelum mulai kerja. *Briefing* tersebut akan membahas pembagian tugas *waiter/waitress*, masalah-masalah yang terjadi sehari sebelumnya (misal : salah dan lupa mengantarkan pesanan), hal-hal yang mungkin terjadi pada hari itu (misal : dimana meletakkan *extra* meja dan kursi, bagaimana pembagian posisi kerja jika terjadi penambahan), pelanggan yang dilakukan *waiter/waitress*.

Menggalakkan sistem *reserve*, untuk mendukung sistem *reserve*, pihak *pub* akan membuat *form reservation* untuk mencatat setiap *reserve* yang dilakukan pengunjung. Selain membuat form *reservation*, pihak *pub* akan menetapkan limit waktu kedatangan dengan toleransi 1 jam. Jika limit waktu yang ditetapkan lewat dan pengunjung belum datang, maka *reserve* dianggap batal dan meja tersebut boleh diberikan kepada orang lain.

Melakukan training *hospitality*, *hospitality* memegang peranan utama pada industri jasa. *Training* ini diberikan terutama kepada karyawan yang berhadapan langsung dengan pengunjung, seperti : petugas kasir, *security* pintu masuk, dan *waiter/waitress*. *Training* wajib diberikan kepada karyawan baru dan akan diberlakukan secara berkala setiap 1 bulan sekali terhadap karyawan lama untuk menambah pengetahuan *hospitality* dan meningkatkan kemampuan karyawan.persaingan antar *pub*.

DAFTAR PUSTAKA

Cohen, L.,1995, *Quality Function Deployment:How To Make QFD Work*

- For You*, Addison Wesley Publishing Co.
- Hasan, M. Iqbal., 2002, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Penerbit Ghalia Indonesia Jakarta
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium Bahasa Indonesia. Jilid 1*, Penerbit Prehallindo Jakarta
- Supranto, J., 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. PT. Rineka Cipta. Jakarta