

ABSTRAK

Perkembangan hotel dewasa ini dapat kita rasakan semakin bertambah pesat, hal ini dikarenakan adanya perubahan pola dalam kehidupan masyarakat dan adanya peningkatan dalam bidang kepariwisataan. Semakin banyak tempat wisata yang dimiliki suatu kota maka kesempatan kota itu untuk mempromosikannya sangat tinggi, hal ini dapat menunjang pertumbuhan hotel untuk terus berkembang, karena hotel merupakan salah satu dari beberapa hal yang perlu dipertimbangkan untuk bepergian ke kota lain yang dikunjungi. Bagi hotel, hal ini dapat menjadi peluang bisnis yang menguntungkan sekaligus juga menjadi ancaman. Hal tersebut menjadi menguntungkan apabila hotel dapat mengerti apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen dan berusaha untuk memenuhinya dengan baik sehingga konsumen menjadi puas. Tetapi apabila tidak maka hal tersebut merupakan ancaman bagi hotel, karena bagi sebuah hotel, konsumen merupakan “raja” dimana konsumen berhak memperoleh pelayanan yang memuaskan.

Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, kemudian menterjemahkan ke dalam aktivitas operasi perusahaan untuk memenuhi keinginan konsumen tersebut adalah dengan cara menggunakan *Quality Function Deployment* (QFD). Melalui matriks *House Of Quality*-nya memungkinkan perusahaan untuk mengantisipasi dan memprioritaskan kebutuhan-kebutuhan konsumen secara menyeluruh dan menyatukan kebutuhan-kebutuhan tersebut secara efektif dalam bentuk pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Hotel New Sany Rosa merupakan hotel yang berada di Bandung dan berdiri tahun 2004. Sebelumnya hotel-hotel di Bandung sudah banyak bermunculan dan menjadi pesaing hotel New Sany Rosa. Namun disini yang menjadi pesaing utama adalah hotel Guci, karena hotel ini sama-sama masih tergolong baru dan merupakan hotel bintang dua. Penelitian ini menggunakan metode QFD (HQ), untuk meningkatkan kepuasan konsumen akan pelayanan hotel New Sany Rosa. Dengan HQ pula dapat dilihat bagaimana posisi hotel New Sany Rosa dibandingkan dengan pesaingnya, hotel Guci.

Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen suatu hotel beserta tingkat kepentingannya. Selain itu diperoleh juga data tentang perbandingan antara hotel New Sany Rosa dengan hotel Guci. Melalui wawancara dengan pihak hotel New Sany Rosa dapat ditentukan karakteristik teknis, hubungan antara karakteristik kebutuhan konsumen dengan karakteristik teknis, tingkat kepentingan absolut dan relatif, serta perbandingan karakteristik teknis antara hotel New Sany Rosa dengan hotel Guci menurut hotel New Sany Rosa. Setelah semua data didapatkan, kemudian diolah dan dibentuk matriks HQ. Dari hasil penelitian dan matriks HQ yang telah disusun, dapat terlihat kekurangan dan kelebihan hotel New Sany Rosa dibandingkan dengan hotel Guci, dan dapat terlihat juga prioritas perbaikan untuk memuaskan konsumen.

DAFTAR ISI

	Hal.
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Kegunaan Penelitian	5
1.5. Kerangka Pemikiran	6
1.6. Metode Penelitian	9
1.7. Lokasi dan Lamanya Penelitian	11
1.8. Sistematika Pembahasan	11
BAB 2. LANDASAN TEORI	13
2.1. Pengertian Manajemen Operasi	13
2.2. Kualitas Jasa	14
2.2.1 Pengertian Kualitas Jasa	14
2.2.2 Dimensi Kualitas Jasa	15
2.3. <i>Total Quality Management</i> (TQM)	16

2.3.1. Pengertian TQM	16
2.3.2. Konsep TQM	17
2.4. <i>Total Quality Service</i> (TQS)	19
2.5. Jasa	21
2.5.1 Pengertian Jasa	21
2.5.2 Karakteristik Jasa	21
2.5.3 Klasifikasi Jasa	23
2.6. <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	24
2.6.1 Pengertian QFD	24
2.6.2 Manfaat QFD	26
2.6.3 Kunci keberhasilan QFD	26
2.7. <i>House Of Quality</i> (HQ)	27
2.7.1 Struktur <i>House Of Quality</i>	28
2.7.2 Pembentukan <i>House Of Quality</i>	29
BAB 3. OBJEK PENELITIAN	32
3.1. Sejarah singkat hotel New Sany Rosa	32
3.2. Fasilitas Perusahaan	33
3.3. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	34
3.3.1 Struktur Organisasi	34
3.3.2 Uraian Tugas	36
3.4. Aspek Pemasaran	39
BAB 4. PEMBAHASAN	41
4.1. Pengumpulan Data	41

4.2. Pembentukan <i>House of Quality</i>	45
4.2.1 Identifikasi Karakteristik Kebutuhan Konsumen Beserta Tingkat Kepentingannya (Bobot)	45
4.2.2 Hubungan Antara Karakteristik Kebutuhan Konsumen Dengan Karakteristik Teknis	48
4.2.3 Penentuan Nilai Target Dan Arah Perbaikan Setiap Nilai Target Karakteristik Teknis	52
4.2.4 Penentuan Korelasi Diantara Karakteristik Teknis	54
4.2.5 Penentuan Tingkat Kesulitan Organisasi Dalam Menjalankan Karakteristik Teknis	56
4.2.6 Perbandingan Penilaian Karakteristik Teknis Hotel New Sany Rosa Dengan Pesaingnya	58
4.2.7 Perbandingan Karakteristik Kebutuhan Konsumen Antara Hotel New Sany Rosa Dengan Pesaingnya	60
4.1.8 Penentuan Tingkat Kepentingan Absolut Dan Kepentingan Relatif	62
4.3 <i>House Of Quality</i>	66
4.4 Analisis <i>House Of Quality</i>	68
4.4.1 Analisis Tingkat Keunggulan Karakteristik Kebutuhan Konsumen Hotel New Sany Rosa Dibandingkan Dengan Pesaingnya	68
4.4.2 Analisis Tingkat Keunggulan Karakteristik Teknis Hotel New Sany Rosa Dibandingkan Dengan Pesaingnya	70

BAB 5.	KESIMPULAN	73
	5.1. Kesimpulan	73
	5.2. Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel 4.1 Jumlah Jawaban Kuesioner Berdasarkan Kepentingan	42
Tabel 4.2 Jumlah Jawaban Kuesioner Berdasarkan Keunggulan	44
Tabel 4.3 Pengelompokkan Karakteristik Kebutuhan Konsumen dan Tingkat Kepentingannya (Bobot)	46
Tabel 4.4 Hubungan Karakteristik Kebutuhan Konsumen dengan Karakteristik Teknis	49
Tabel 4.5 Nilai Target dan Arah Perbaikan Nilai Target Karakteristik Teknis	52
Tabel 4.6 Korelasi diantara Karakteristik Teknis	56
Tabel 4.7 Tingkat Kesulitan Perusahaan Dalam Merealisasikan Karakteristik Teknis	57
Tabel 4.8 Perbandingan Karakteristik Teknis Antara Hotel New Sany Rosa dengan Pesaingnya	59
Tabel 4.9 Perbandingan Tingkat Keunggulan Karakteristik Kebutuhan Konsumen Hotel New Sany Rosa dengan Pesaingnya	61
Tabel 4.10 Tingkat Kepentingan Absolut Dan Tingkat Kepentingan Relatif	64

DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar 2.1 Struktur <i>House Of Quality</i>	28
Gambar 3.1 Bagan Struktur Organisasi Hotel New Sany Rosa	35
Gambar 4.1 <i>House Of Quality</i> Hotel New Sany Rosa	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Pengolahan Kuesioner Penelitian