



UNIVERSITAS  
KRISTEN  
MARANATHA

ISSN 2252-6749

# ZENIT

Volume 3 / Nomor 1 / April 2014  
Jurnal Ilmiah Universitas Kristen Maranatha

**KORELASI ILMU**

**DENGAN**

**DUNIA KERJA**



Jurnal  
Zenit

Volume 3

Nomor 1

Halaman  
1-84

Bandung  
April  
2014

ISSN 2252-6749

**Misi**  
Iman dan Ilmu

**ISSN**  
2252-6749

**Pelindung**  
Rektor Universitas Kristen Maranatha

**Penasihat**  
Pembantu Rektor Universitas Kristen Maranatha

**Pembina**  
Ketua LPPM Universitas Kristen Maranatha

**Pengelola**  
Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) UK Maranatha

**Pemimpin Redaksi**  
Dr. Rosida Tiurma Manurung, M.Hum.

**Redaktur Pelaksana**  
Jimmy Gozaly, S.T., M.T.

**Anggota Dewan Redaksi**  
Dr. dr. Iwan Budiman, M.S., M.M., M.Kes., AIF.  
Maria Yuni Megarini C., M.Psi., Psikolog  
Ronald Simatupang, S.T., M.T.  
Dr. Herawati Yusuf, M.T.  
Marvin Chandra, S.T., M.M., M.T.  
Drs. Edward Aldrich Lukman, M.Hum.  
Dr. Yugianingrum, M.S.  
Drs. Peter Angkasa, M.M.  
Pauw Budianto, S.T., M.Si., M.Lit.  
Ferry Kurniawan, S.S., M.Si.  
Siauphing Sanjaya, Ph.D.  
Herman Kambono, S.E., M.Si.  
Yolla Margaretha, S.E., M.M.  
Riki Hermawan Mulyadi, S.Sn., M.M.  
Wawan Suryana, S.Sn., M.Sn.  
Shirley Nathania Suhanjoyo, S.Sn. M.Ds.  
Drs. Heddy Heryadi, M.A.  
Dr. Hassanain Haykal, S.H., M.Hum.

**Penerbit**  
Universitas Kristen Maranatha

**Ucapan terima kasih disampaikan untuk Mitra Bestari**

- 1) Prof. Dr. Ir. Abdul Hakim Halim, M.Sc. (Koordinator Kopertis Wilayah IV Jawa Barat)
- 2) Prof. Dr. Cece Sobarna, M.Hum. (Ketua Departemen Linguistik Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Padjajaran Bandung)
- 3) Prof. Dr. Togar Mangihut Simatupang (*School of Business and Management*, Institut Teknologi Bandung)

## DAFTAR ISI

|  |         |
|--|---------|
| Meningkatkan Kualitas Hidup dengan Memanfaatkan Beberapa Gigi Asli yang Tersisa Melalui <i>Swing-Lock Removable Denture</i><br><i>drg. Dahlia, Sp.Pros</i>                                   | 1 – 8   |
| Rancangan Pengembangan Jasa Rumah Makan dengan Menggunakan Metode QFD<br>(Studi Kasus: Rumah Makan Seteran Semarang, Bandung)<br><i>Michael Andreas dan Ir. Rudy Wawolumaja, M.T., M.Sc.</i> | 9 – 24  |
| Analisis Kualitas Pelayanan dengan Pemetaan <i>Zone Of Tolerance</i><br>(Studi Kasus: Saung Angklung Udjo)<br><i>Herlina Kusumawati dan Ir. Rudy Wawolumaja, M.T., M.Sc.</i>                 | 25 – 44 |
| Analisis Tekstual Wacana Korupsi: Penggunaan Diksi untuk Kata Kunci dan Ciri Korupsi<br><i>Dr. Rosida Tiurma Manurung, M.Hum.</i>  | 45 – 64 |
| Pengaruh <i>Optimum Stimulation Level</i> dan <i>Self-Monitoring</i> Terhadap <i>Impulsive Buying</i><br><i>Cen Lu, S.E., MBA., M.M. dan Henky Lisan Suwarno, S.E., M.Si.</i>                | 65 – 78 |
| Penguasaan Teori Hukum dan Kemahiran Hukum dalam Menghadapi Dunia Kerja<br><i>Rahel Octora, S.H., M.Hum.</i>   | 79 – 84 |

# **Rancangan Pengembangan Jasa Rumah Makan dengan Menggunakan Metode QFD (Studi Kasus : Rumah Makan Seteran Semarang, Bandung)**

Michael Andreas dan Rudy Wawolumaja

Fakultas Teknik, Universitas Kristen Maranatha, Bandung

## **Abstract**

*This applied research is done at Seteran Semarang Restaurant in Bandung as business development model by opening a new branch at Paskal Hyper Square Bandung. The variables used for the service qualities of what consumers want are variables derived from 5 main dimensions according to Parasuraman V. A Zeithaml and L.L Berry. Those five main dimensions are tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy.*

*The result of QFD part 1 shows that there are 35 consumer needs, which are arranged according to priority scale as proposed by the previous 5 main dimensions and there are 43 technical efforts needed to fulfill these consumer needs. The 43 technical efforts require 47 design characteristics which are showed in QFD part 2 and to be further deployed to part 3. The third part of QFD produces 68 characteristics of process which must be done in order to fulfill the 47 design characteristics in the second part. The goal of this research is to design service development model by deployment from consumer needs into the process characteristics according to the priority scale.*

**Keywords:** *QFD ( Quality Function Development ), Service Quality*

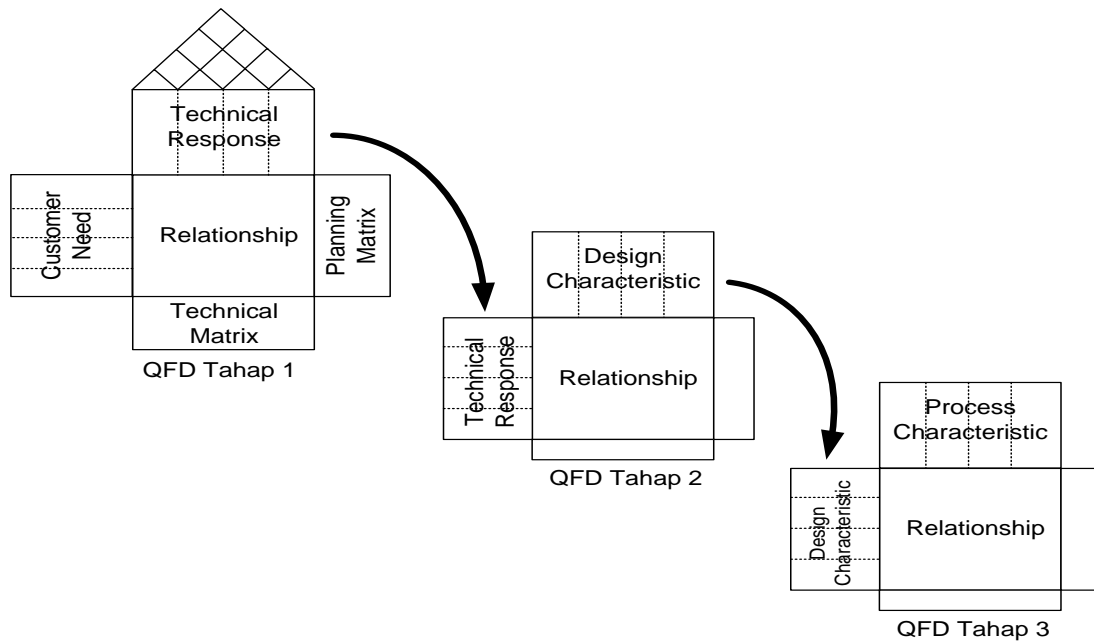
## **1. Pendahuluan**

Penelitian dilakukan di Rumah Makan Seteran Semarang, Bandung. Permasalahan utama yang dihadapi adalah Rumah Makan Seteran Semarang ingin membuka cabang baru yang berada pada tempat wisata kuliner di *Paskal Hyper Square*, Bandung. Dengan membuka cabang di tempat wisata kuliner tersebut, maka tidak lepas dari persaingan yang sangat ketat sehingga pihak setiap rumah makan berusaha memberikan produk maupun jasa dengan terbaik bagi konsumen. Untuk dapat bersaing, maka yang perlu dilakukan adalah dengan membuat rancangan berupa pelayanan jasa atau produk yang dapat memuaskan konsumen.

## **2. Tinjauan Pustaka dan Penentuan Variabel Penelitian**

### **2.1. Quality Function Deployment (QFD)**

*Quality Function Deployment (QFD)* berasal dari bahasa Jepang *Hin Shitsu Ki No Ten Kai*, *Hin Shitsu* berarti kualitas, atribut atau *feature* (keistimewaan), *Ki No* berarti fungsi atau mekanisasi, dan *Ten Kai* berarti penyebaran, difusi, pengembangan, atau evolusi. QFD diteliti dan dikembangkan di Jepang pada permulaan tahun 1960-an oleh Profesor Shigeru Mizuno dan Yoji Akao. QFD mulai diperkenalkan di Amerika dan Eropa pada tahun 1983 dengan mengundang Yoji Akao untuk memberikan seminar di Chicago. Sampai saat ini QFD menimbulkan ketertarikan yang kuat di seluruh dunia dan menyebabkan timbulnya aplikasi baru, para pelaksana dan peneliti setiap tahun. QFD adalah suatu metodologi untuk menterjemahkan kebutuhan dan keinginan konsumen ke dalam suatu rancangan produk yang memiliki persyaratan teknik dan karakteristik kualitas tertentu. Metode QFD menurut Cohen (1995) memiliki beberapa tahap perencanaan dan pengembangan yang disebut *tahapan model QFD* :



Gambar 1 : Tahapan QFD

## 2.1. Variabel Penelitian

Penentuan variabel penelitian yang digunakan mengenai kualitas jasa, menurut Parasuraman, V. A. Zeithaml, dan L. L. Berry ada 5 faktor yang dijadikan dimensi pokok yang mempengaruhi kualitas pelayanan, seperti :

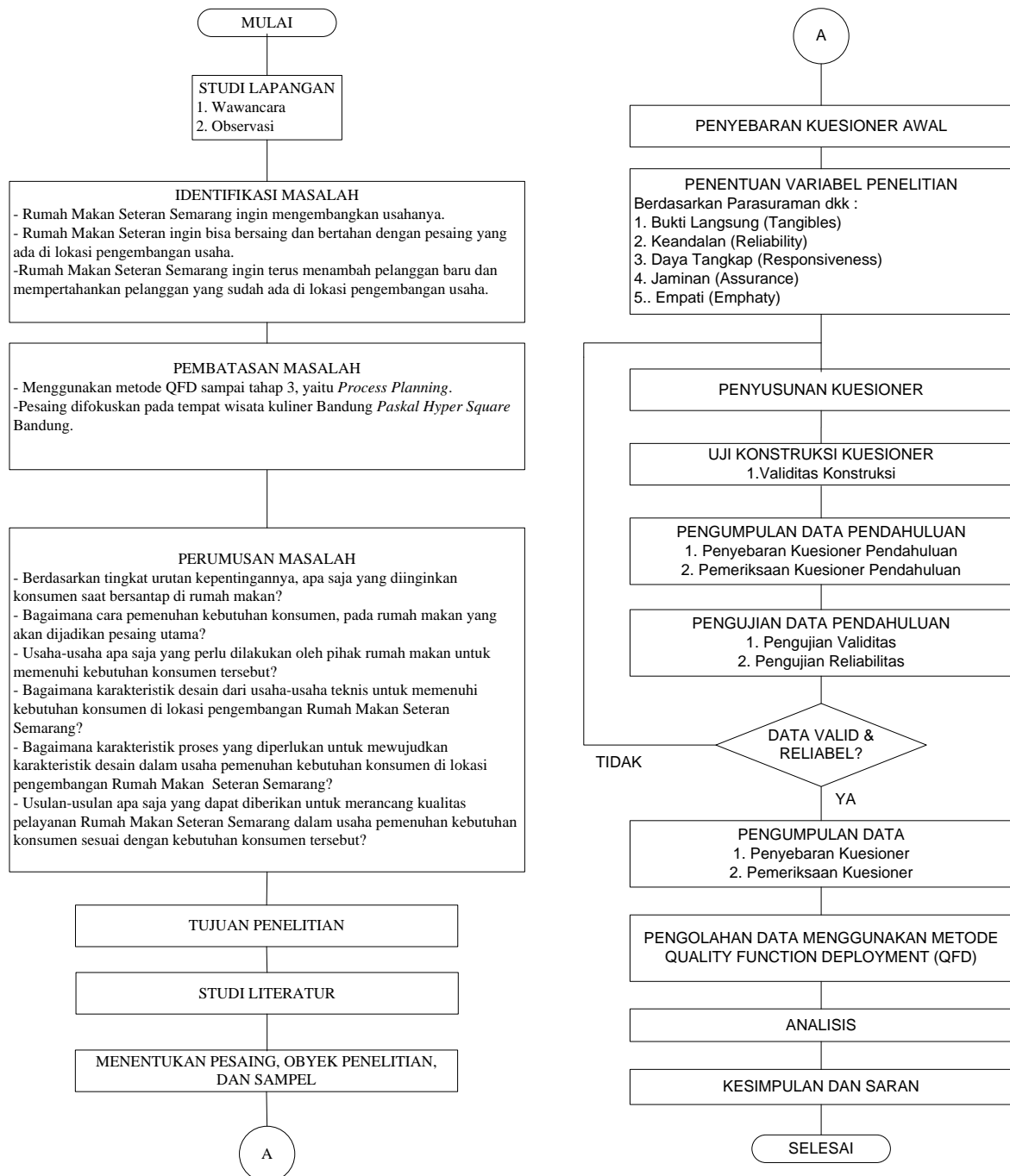
1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Daya tangkap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf ; bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
5. Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Lima faktor dimensi pokok yang telah disebutkan dapat membantu untuk mencari atau menggali informasi yang tepat untuk penelitian, seperti hal-hal yang dianggap penting bagi konsumen pada saat bersantap di rumah makan. Dari hasil pengumpulan informasi lewat penyebaran kuesioner awal, didapatkan 35 hal yang dianggap penting yang disusun berdasarkan 5 faktor dimensi pokok.

Tabel 1. Variabel Penelitian

| Dimensi                                   | Item – Item  |
|---|--|
| Bukti Langsung<br>( <i>Tangible</i> )     | 1. Kebersihan ruangan area makan pada rumah makan  |
|   | 2. Kondisi bangunan rumah makan dalam keadaan baik ( dalam keadaan bersih dan tidak rusak ).                             |
|   | 3. Kondisi peralatan makan dalam keadaan bersih  |
|   | 4. Kondisi toilet rumah makan dalam keadaan bersih   |
|   | 5. Kondisi peralatan toilet rumah makan dalam keadaan bersih   |
|   | 6. Kapasitas tempat untuk makan pada ruang makan   |
|   | 7. Kelezatan makanan yang disajikan  |
|   | 8. Penataan dekorasi yang menarik  |
|   | 9. Udara dalam rumah makan yang sejuk  |
|   | 10. Kondisi penerangan yang baik   |
|   | 11. Penampilan petugas rumah makan yang memakai seragam yang rapi  |
|   | 12. Tersedia beraneka ragam fasilitas pembayaran ( tunai, debit, dan kredit)   |
| Kehandalan<br>( <i>Reliability</i> )      | 13. Ketepatan perhitungan harga pesanan  |
|   | 14. Kesesuaian menu dengan pesanan   |
|   | 15. Kejelasan pada daftar menu pesanan   |
| Daya Tangkap<br>( <i>Responsiveness</i> ) | 16. Kecepatan pelayanan dalam pembayaran   |
|   | 17. Kecakapan petugas dalam membantu konsumen  |
|   | 18. Kecepatan penyajian dalam pesanan konsumen   |
| Jaminan<br>( <i>Assurance</i> )           | 19. Petugas rumah makan yang dapat berkomunikasi dengan baik.  |
|   | 20. Kemampuan petugas rumah makan memberikan informasi yang benar.   |
|   | 21. Kemampuan petugas dapur rumah makan untuk menjaga konsistensi rasa masakan.  |
|   | 22. Penyajian makanan dengan kondisi yang sesuai.<br>(misal : seharusnya panas disajikan panas, dingin disajikan dingin) |
|   | 23. Tersedia beraneka ragam jenis makanan yang ditawarkan.   |
|   | 24. Tersedia beraneka ragam jenis minuman yang ditawarkan.   |
|   | 25. Keramahan petugas rumah makan dalam memberikan pelayanan.  |
|   | 26. Nama baik rumah makan .  |
|   | 27. Waktu buka rumah makan yang konsisten.   |
|   | 28. Petugas rumah makan yang dapat dipercaya/bertanggung jawab.  |
|   | 29. Konsumen merasa aman pada tiap transaksi (bukti transaksi diberikan ke konsumen)                                     |
|   | 30. Keamanan saat bersantap di rumah makan.  |
|   | 31. Keamanan tempat parkir.  |
| Empati<br>( <i>Emphaty</i> )              | 32. Cara komunikasi pihak rumah makan dalam mengatasi keluhan pelanggan.   |
|   | 33. Pemberian harga yang sesuai  |
|   | 34. Pemberian potongan harga pada saat-saat / kondisi tertentu   |
|   | 35. Adanya kotak saran   |

### 3. Metodologi Penelitian



Gambar 2. Diagram Alir Metodologi Penelitian

### 4. Pembahasan

Pada penelitian ini digunakan 3 tahapan dalam QFD yaitu:

- a. *Product Planning* ( Perencanaan Produk ).
- b. *Design Planning* ( Perencanaan Desain ).
- c. *Process Planning* ( Perencanaan Proses ).

#### 4.1. QFD Tahap 1 *Product Planning*

Pengolahan data pada QFD tahap 1 berupa :

##### 4.1.1. *Importance to the customer (ItC)*

Nilai ItC menunjukkan tingkat kepentingan dari tiap kebutuhan atau keuntungan bagi konsumen di sebuah rumah makan. Untuk menghitung nilai ItC digunakan jenis data *Absolute Importance* yaitu data pada kuesioner dengan skala nilai 1 sampai 4 (Skala Likert). Jawaban sangat tidak penting diberi skor 1, tidak penting diberi skor 2, penting diberi skor 3, dan sangat penting diberi skor 4. Untuk menghitung nilai ItC, jawaban dari masing-masing variabel dihitung nilai totalnya kemudian dibagi dengan jumlah responden yaitu sebanyak 100 orang responden. Dari hasil perhitungan ItC, dapat diketahui variabel-variabel yang dianggap penting oleh konsumen saat bersantap di rumah makan, mulai dari variabel yang dianggap paling penting hingga variabel yang dianggap paling tidak penting. Hasil penelitian mengenai ItC dapat dilihat di tabel 2.

Tabel 2. ItC (diambil dari 10 *rank* teratas)

| Rank | Customer Needs  | No | Itc   |
|------|---|----|-------|
| 1    | Kelezatan makanan yang disajikan                            | 7  | 3.730 |
| 2    | Penyajikan makanan dengan kondisi yang sesuai               | 22 | 3.630 |
| 3    | Kebersihan ruangan area makan pada rumah makan              | 1  | 3.610 |
| 4    | Keramahan petugas rumah makan dalam memberikan pelayanan    | 25 | 3.600 |
| 5    | Kondisi peralatan makan dalam keadaan bersih                | 3  | 3.580 |
| 6    | Kecakapan petugas rumah makan dalam membantu pelanggan      | 17 | 3.550 |
| 7    | Kondisi toilet rumah makan dalam keadaan bersih             | 4  | 3.540 |
| 8    | Ketepatan perhitungan harga pesanan                         | 13 | 3.520 |
| 9    | Kemampuan petugas RM untuk menjaga konsistensi rasa masakan | 21 | 3.510 |
| 10   | Keamanan tempat parkir                                      | 31 | 3.510 |

##### 4.1.2. *Competitive Satisfaction Performance (CoSP)*

Nilai CoSP menunjukkan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh rumah makan pesaing. Untuk menghitung nilai CoSP, cara yang digunakan masih sama dengan cara perhitungan ItC. Dari hasil perhitungan CoSP, dapat diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan rumah makan pesaing, dan tingkat kepuasan terbesar hingga tingkat kepuasan terkecil. Hasil penelitian mengenai CoSP dapat dilihat di tabel 3.

Tabel 3. CoSP (diambil dari 10 *rank* teratas)

| Rank | Customer Needs  | No | CoSP  |
|------|---|----|-------|
| 1    | Udara dalam rumah makan yang sejuk                                  | 9  | 3.460 |
| 2    | Kondisi bangunan rumah makan dalam keadaan baik                     | 2  | 3.450 |
| 3    | Tersedia beraneka ragam jenis makanan yang ditawarkan               | 23 | 3.390 |
| 4    | Tersedia beraneka ragam jenis minuman yang ditawarkan               | 24 | 3.350 |
| 5    | Keamanan pada setiap transaksi (konsumen diberikan bukti transaksi) | 29 | 3.340 |
| 6    | Kecepatan pelayanan yang diberikan dalam pembayaran                 | 16 | 3.310 |
| 7    | Kebersihan ruangan area makan pada rumah makan                      | 1  | 3.250 |
| 8    | Penampilan petugas rumah makan yang memakai seragam yang rapi       | 11 | 3.250 |
| 9    | Penataan dekorasi yang menarik                                      | 8  | 3.220 |
| 10   | Kapasitas tempat untuk makan pada ruang makan                       | 6  | 3.210 |



#### 4.1.3. Goal

Nilai *Goal* yang ditetapkan menunjukkan sasaran yang ingin dicapai oleh perusahaan, yaitu dengan menilai seberapa jauh perusahaan ingin memenuhi kebutuhan konsumen. Penentuan *Goal* dilakukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang didapat dari nilai ItC, dan CoSP. Apabila nilai CoSP masing-masing kebutuhan lebih besar ItC, maka yang dipilih adalah nilai CoSP. Dengan tujuan untuk dapat memberikan kesan yang lebih baik dari pada kompetitor pada Rumah Makan Seteran Semarang yang baru bangun di cabang *Paskal Hyper Square*, Bandung. Apabila nilai ItC lebih besar dari nilai CoSP pada masing-masing kebutuhan, maka nilai *Goal* yang diambil adalah nilai ItC.

Tabel 4. *Goal* (diambil dari 10 rank teratas)

| Rank | Customer Needs  | No | Itc   | CoSP  | Goal  |
|------|---|----|-------|-------|-------|
| 1    | Kelezatan makanan yang disajikan                            | 7  | 3.730 | 3.140 | 3.730 |
| 2    | Penyajikan makanan dengan kondisi yang sesuai               | 22 | 3.630 | 2.980 | 3.630 |
| 3    | Kebersihan ruangan area makan pada rumah makan              | 1  | 3.610 | 3.250 | 3.610 |
| 4    | Keramahan petugas rumah makan dalam memberikan pelayanan    | 25 | 3.600 | 2.900 | 3.600 |
| 5    | Kondisi peralatan makan dalam keadaan bersih                | 3  | 3.580 | 3.130 | 3.580 |
| 6    | Kecakapan petugas rumah makan dalam membantu pelanggan      | 17 | 3.550 | 2.960 | 3.550 |
| 7    | Kondisi toilet rumah makan dalam keadaan bersih             | 4  | 3.540 | 2.890 | 3.540 |
| 8    | Ketepatan perhitungan harga pesanan                         | 13 | 3.520 | 2.870 | 3.520 |
| 9    | Kemampuan petugas RM untuk menjaga konsistensi rasa masakan | 21 | 3.510 | 3.100 | 3.510 |
| 10   | Keamanan tempat parkir                                      | 31 | 3.510 | 2.950 | 3.510 |

#### 4.1.4. Improvement Ratio (IR)

Nilai *Improvement Ratio* menunjukkan seberapa besar usaha yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai *Goal*, yaitu untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Semakin besar nilai IR maka semakin besar usaha perbaikan yang perlu dilakukan oleh pihak rumah makan untuk mencapai *Goal* yang telah ditetapkan. Pada penelitian ini, IR yang ditetapkan untuk tiap kebutuhan konsumen adalah 1. Dikarenakan Rumah Makan Seteran Semarang yang berada di *Paskal Hyper Square*, Bandung masih dalam tahap pembangunan. Sehingga setiap kebutuhan konsumen masih dalam tahap rancangan, belum ada performasi layanan yang diberikan kepada konsumen.

#### 4.1.5. Sales Point (SP)

Nilai *Sales Point* menunjukkan kemampuan untuk menjual service, yang dilihat dari seberapa baik kebutuhan konsumennya (ItC).Nilai-nilai yang digunakan, dan cara penentuan *sales point* adalah :

- 1 = No sales point → untuk variabel dengan nilai  $ItC \leq 2$ . Apabila variabel dengan SP 1 terpenuhi, maka tidak akan terjadi peningkatan jumlah konsumen.
- 1.2 = Medium sales point → untuk variabel dengan nilai  $2 < ItC \leq 3$ . Apabila variabel dengan SP 1.2 terpenuhi, maka akan terjadi peningkatan jumlah konsumen, walaupun tidak terlalu besar.
- 1.5 = Strong sales point → untuk variabel dengan nilai  $ItC > 3$ . Apabila variabel dengan SP 1.5 terpenuhi, maka akan terjadi peningkatan jumlah konsumen yang sangat besar.

Ada 1 kebutuhan yang memiliki nilai *Sales Point* sebesar 1.2 yaitu kebutuhan no.35, yaitu adanya kotak-kotak saran. Artinya jika kebutuhan-kebutuhan tersebut dapat terpenuhi, maka akan menyebabkan peningkatan jumlah konsumen walaupun tidak terlalu besar. Meskipun demikian, perusahaan harus tetap memperhatikan kebutuhan-kebutuhan tersebut karena berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan konsumen.

Kebutuhan-kebutuhan lainnya memiliki nilai *Sales Point* sebesar 1.5, artinya apabila kebutuhan-kebutuhan tersebut dapat terpenuhi oleh pihak rumah makan, maka akan terjadi peningkatan jumlah konsumen yang cukup besar mengingat konsumen sangat mementingkan kebutuhan-kebutuhan tersebut tersebut.

#### 4.1.6 Raw Weight (RW)

Nilai *Raw Weight* menunjukkan keseluruhan kepentingan perusahaan pada tiap kebutuhan konsumen, yang berdasarkan pada nilai *Importance to the Customer*, *Improvement Ratio* yang harus dilakukan dan nilai *Sales Point* yang telah ditentukan.

Rumus perhitungan *raw weight*:

$$\text{Raw Weight} = \text{ItC} * \text{IR} * \text{Sales Point}$$

Tabel 5. *Raw Weight* (diambil dari 10 rank teratas)

| Rank | Customer Needs  | No | Itc   | IR    | SP  | RW    |
|------|---|----|-------|-------|-----|-------|
| 1    | Kelezatan makanan yang disajikan                            | 7  | 3.730 | 1.000 | 1.5 | 5.595 |
| 2    | Penyajikan makanan dengan kondisi yang sesuai               | 22 | 3.630 | 1.000 | 1.5 | 5.445 |
| 3    | Kebersihan ruangan area makan pada rumah makan              | 1  | 3.610 | 1.000 | 1.5 | 5.415 |
| 4    | Keramahan petugas rumah makan dalam memberikan pelayanan    | 25 | 3.600 | 1.000 | 1.5 | 5.400 |
| 5    | Kondisi peralatan makan dalam keadaan bersih                | 3  | 3.580 | 1.000 | 1.5 | 5.370 |
| 6    | Kecakapan petugas rumah makan dalam membantu pelanggan      | 17 | 3.550 | 1.000 | 1.5 | 5.325 |
| 7    | Kondisi toilet rumah makan dalam keadaan bersih             | 4  | 3.540 | 1.000 | 1.5 | 5.310 |
| 8    | Ketepatan perhitungan harga pesanan                         | 13 | 3.520 | 1.000 | 1.5 | 5.280 |
| 9    | Kemampuan petugas RM untuk menjaga konsistensi rasa masakan | 21 | 3.510 | 1.000 | 1.5 | 5.265 |
| 10   | Keamanan tempat parkir                                      | 31 | 3.510 | 1.000 | 1.5 | 5.265 |

#### 4.1.7 Normalized Raw Weight (NRW)

Nilai *Normalized Raw Weight* menunjukkan pentingnya nilai *Raw Weight* dibandingkan dengan *Raw Weight Total*. Perhitungan *Normalized Raw Weight* dapat mempermudah melihat bobot kepentingan tiap kebutuhan.

Rumus perhitungan *normalized raw weight* :

$$\text{Normalized Raw Weight} = \frac{\text{Raw Weight}}{\text{Raw Weight Total}}$$

Dengan total *raw weight* 175.818, sehingga hasil perhitungan NRW dapat dilihat ditabel 6.

Tabel 6. *Normalized Raw Weight* (diambil dari 10 rank teratas)

| Rank | Customer Needs  | No | RW    | NRW   |
|------|---|----|-------|-------|
| 1    | Kelezatan makanan yang disajikan                            | 7  | 5.595 | 0.032 |
| 2    | Penyajikan makanan dengan kondisi yang sesuai               | 22 | 5.445 | 0.031 |
| 3    | Kebersihan ruangan area makan pada rumah makan              | 1  | 5.415 | 0.031 |
| 4    | Keramahan petugas rumah makan dalam memberikan pelayanan    | 25 | 5.400 | 0.031 |
| 5    | Kondisi peralatan makan dalam keadaan bersih                | 3  | 5.370 | 0.031 |
| 6    | Kecakapan petugas rumah makan dalam membantu pelanggan      | 17 | 5.325 | 0.030 |
| 7    | Kondisi toilet rumah makan dalam keadaan bersih             | 4  | 5.310 | 0.030 |
| 8    | Ketepatan perhitungan harga pesanan                         | 13 | 5.280 | 0.030 |
| 9    | Kemampuan petugas RM untuk menjaga konsistensi rasa masakan | 21 | 5.265 | 0.030 |
| 10   | Keamanan tempat parkir                                      | 31 | 5.265 | 0.030 |

#### 4.1.8 Technical Response (Substitute Quality Characteristic / SQC)

*Technical Response* merupakan usaha-usaha teknis yang perlu dilakukan oleh Rumah Makan Seteran Semarang untuk memenuhi kebutuhan konsumen, dimana 35 kebutuhan konsumen yang telah disusun diterjemahkan ke dalam bahasa teknis perusahaan untuk menjawab atau merespon 35 kebutuhan konsumen tersebut.

Contoh SQC seperti, kemampuan petugas dapur menyajikan makanan yang lezat, kemampuan petugas dapur menyajikan makanan yang bersih dan segar, ketersediaan stok bahan makanan dan minuman, kemampuan petugas dapur menyajikan makanan dalam kondisi yang sesuai, dll.

#### 4.1.9 House of Quality

Salah satu tujuan dibuatnya *house of quality*, adalah untuk melihat hubungan antara masing-masing kebutuhan konsumen dengan SQC yang ada; dan menentukan prioritas SQC yang harus dilakukan.

##### *Relationship*

*Relationship* ditentukan berdasarkan nilai yang telah ditentukan oleh setiap kekuatan hubungan yang ditunjukkan antara *technical response* dengan kebutuhan konsumen dalam *customer needs*. Nilai *relationship* didapat dari hasil perkalian nilai *impact* yang telah ditentukan dengan nilai *Normalized Raw Weight* setiap kebutuhan konsumen yang berhubungan dengan setiap *technical response*

$$\text{Nilai Relationship} = \text{Nilai Impact} * \text{Normalized}$$

##### *Priority*

Setelah ditentukan *relationship*-nya, maka dilakukan perhitungan nilai *contribution* dan *normalized contribution*. Nilai-nilai perhitungan tersebut menentukan berapa besar kontribusi dari setiap *technical response* yang dapat dilakukan terhadap usaha pemenuhan kebutuhan konsumen secara keseluruhan, sehingga dapat ditentukan prioritasnya. Jadi, *priorities* disusun berdasarkan besarnya nilai *normalized contribution* dari tiap *technical response* dengan nilai *normalized contribution* terbesar maka akan menduduki peringkat pertama untuk dilaksanakan.

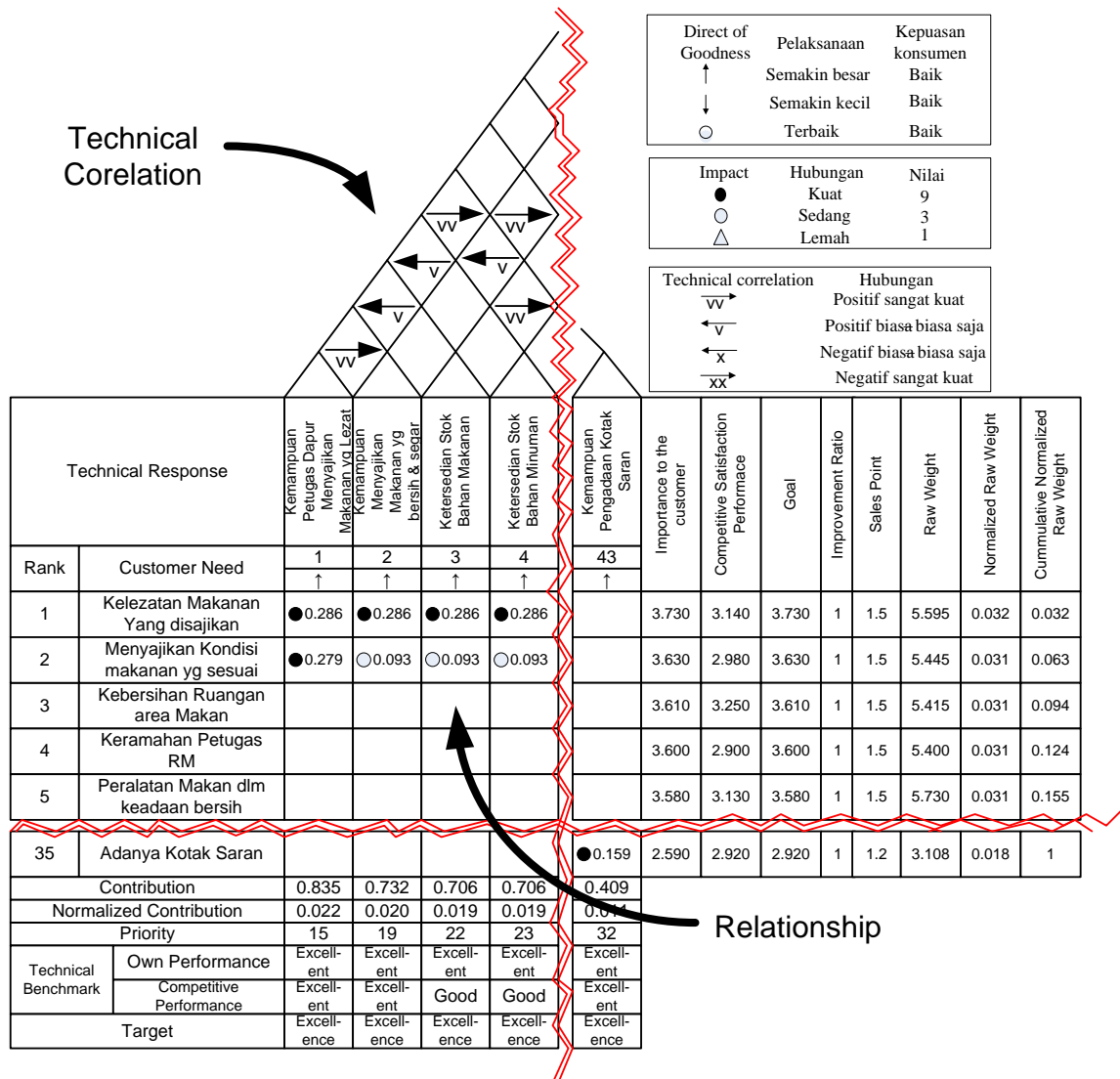
Langkah-langkah penentuan prioritas :

- Menghitung *contribution*.

$$\text{Contribution} = \Sigma \text{Nilai Relationship Pada Setiap Technical Response}$$

- Menghitung *normalized contribution*

$$\text{Normalized Contribution} = \frac{\text{Nilai Contribution Pada Setiap Technical Response}}{\text{Total Contribution}}$$



Gambar 2. The House of Quality ( Pada QFD Tahap 1 )

Maka dari hasil nilai *normalized contribution* dari tiap-tiap *technical response*, dapat menentukan prioritas *technical response* yang ada.

Tabel 7. Prioritas SQC (diambil dari 10 rank teratas)

| Rank | SQC No | SQC   | Contribution | Normalized Contribution |
|------|--------|---|--------------|-------------------------|
| 1    | 33     | Tingkat kenyamanan saat bersantap di rumah makan                                | 5.366        | 0.144                   |
| 2    | 32     | Image yang baik tentang rumah makan   | 4.451        | 0.120                   |
| 3    | 19     | Tingkat kelayakan bangunan rumah makan  | 1.431        | 0.038                   |
| 4    | 26     | Tingkat tanggung jawab petugas dalam melayani konsumen                          | 1.345        | 0.036                   |
| 5    | 6      | Tingkat kebersihan rumah makan  | 1.180        | 0.032                   |
| 6    | 7      | Tingkat kesopanan dan keramahan petugas dalam melayani konsumen                 | 1.131        | 0.030                   |
| 7    | 28     | Kemampuan pihak rumah makan menghadapi dan menyelesaikan komplain dari konsumen | 1.122        | 0.030                   |
| 8    | 5      | Kemampuan petugas dapur menyajikan makanan dalam kondisi yang sesuai            | 1.084        | 0.029                   |
| 9    | 27     | Tingkat kejujuran petugas dalam melayani konsumen                               | 1.034        | 0.028                   |
| 10   | 9      | Tingkat kecakapan petugas dalam membantu konsumen                               | 0.979        | 0.026                   |

#### 4.1.10 Target Technical Response

Target menunjukkan apa yang ingin dicapai oleh perusahaan untuk tiap karakteristik teknis. Sebagai usulan untuk rancangan teknis Rumah Makan Seteran Semarang, target ditetapkan maksimal dari kriteria tingkatan yang dibuat penulis untuk tiap karakteristik teknis. Target ditetapkan maksimal yaitu *Excellent* berdasarkan pertimbangan bahwa penerapan target akan menaikkan kualitas Rumah Makan Seteran Semarang melebihi para pesaingnya.

Tabel 8. Target Technical Response No.8 Tingkat Kebersihan Peralatan Makan.

| 8  | Excellent | Good      | Bellow Average | Poor      |
|--|-----------|-----------|----------------|-----------|
| - Peralatan makan bebas dari debu                      | Ya        | 1 E tidak | 2 E tidak      | >2E tidak |
| - Peralatan makan yang bersih dibalut dengan tissue    | Ya        | dipenuhi  | dipenuhi       | dipenuhi  |
| - Peralatan makan bebas dari bekas sabun cuci          | Ya        |           |                |           |
| - Waktu penyajian peralatan makan dalam keadaan kering | Ya        |           |                |           |

#### 4.2. QFD Tahap 2 Design Planning

*Design Planning* (Perencanaan Desain) pada tahap QFD tahap 2 ini, dimana *technical response* atau SQC yang telah disusun dan diprioritaskan, diterjemahkan lagi menjadi *design characteristic* (karakteristik-karakteristik desain). Karakteristik desain merupakan spesifikasi untuk menunjang tercapainya *technical response* yang pada akhirnya dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang sudah ada. Dari 43 *technical response* yang sudah diprioritaskan dapat ditentukan 47 karakteristik desain, contohnya : Menciptakan image rumah makan yang baik, Menciptakan suasana makan yang menyenangkan, Bentuk pelatihan peningkatan kejujuran petugas rumah makan, Bentuk pelatihan komunikasi mengatasi keluhan konsumen, dll.

Untuk melihat prioritas dari 47 karakteristik desain, maka perlu menetapkan *impact* beserta *relationship* sehingga dapat menghitung nilai *raw weight*, dan *normalized raw weight* seperti pada QFD tahap 1.

Tabel 9. Prioritas *Design Characteristic* (diambil dari 10 rank teratas)

| Rank | Design No | Design Characteristic   | con-tribution | normalized contribution |
|------|-----------|---|---------------|-------------------------|
| 1    | 2         | Menciptakan image rumah makan yang baik   | 6.274         | 0.115                   |
| 2    | 1         | Menciptakan suasana makan yang menyenangkan                                       | 3.737         | 0.068                   |
| 3    | 9         | Bentuk pelatihan peningkatan kejujuran petugas rumah makan                        | 3.165         | 0.058                   |
| 4    | 7         | Bentuk pelatihan komunikasi mengatasi keluhan konsumen                            | 3.061         | 0.056                   |
| 5    | 10        | Bentuk pelatihan petugas untuk cakap membantu konsumen                            | 3.007         | 0.055                   |
| 6    | 6         | Bentuk pelatihan petugas untuk bersikap sopan dan ramah dalam melayani konsumen   | 2.864         | 0.052                   |
| 7    | 19        | Kelengkapan sarana keamanan yang ada di rumah makan                               | 2.591         | 0.047                   |
| 8    | 5         | Frekuensi pembersihan rumah makan   | 1.985         | 0.036                   |
| 9    | 8         | Bentuk pelatihan petugas dapur dalam penyajian makanan dengan kondisi yang sesuai | 1.691         | 0.031                   |
| 10   | 15        | Bentuk pelatihan petugas dapur dalam penyajian makanan yang lezat                 | 1.549         | 0.028                   |

##### 4.2.1 Target Design Planning

*Target* menentukan sejauh mana target dan berapa besar sasaran yang ingin dicapai oleh perusahaan pada masing-masing *design characteristic*. Target yang ditetapkan merupakan besarnya tingkat atau standar yang ingin dicapai oleh perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumennya. Contohnya seperti bentuk pelatihan peningkatan tanggung jawab petugas rumah makan, maka bentuk usaha untuk mencapai target adalah pemberian hadiah kepada semua petugas rumah makan yang rajin.

### 4.3. QFD Tahap 3 *Process Planning*

*Process Planning* (Perencanaan Proses) pada tahap QFD tahap ini, dimana *design characteristic* yang telah disusun dan diprioritaskan, diterjemahkan lagi menjadi *process characteristic* (karakteristik-karakteristik proses). Karakteristik proses merupakan proses-proses yang diperlukan untuk mewujudkan karakteristik desain yang pada akhirnya dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang ada.

Dari 47 karakteristik desain yang sudah diprioritaskan dapat ditentukan 68 karakteristik proses seperti: Melayani konsumen dengan senyuman, sopan, ramah dan cepat, mengatasi keluhan konsumen secara baik/bersifat kekeluargaan, sebelum rumah makan buka selalu melakukan pengecekan lampu.

Untuk melihat prioritas dari 68 karakteristik proses, maka perlu menetapkan *impact* beserta *relationship* sehingga dapat menghitung nilai *raw weight*, dan *normalized raw weight* seperti pada QFD tahap 1 dan 2.

Tabel 10. Prioritas karakteristik proses / *Process Characteristic* (diambil dari 10 rank teratas)

| Rank No | Process No | Process Characteristic   | Contribution | Normalized Contribution |
|---------|------------|--|--------------|-------------------------|
| 1       | 1          | Menjaga nama baik rumah makan  | 4.139        | 0.081                   |
| 2       | 12         | Melayani konsumen dengan senyuman, sopan, ramah dan cepat                            | 2.740        | 0.053                   |
| 3       | 4          | Mengatasi keluhan konsumen secara baik/bersifat kekeluargaan                         | 1.923        | 0.037                   |
| 4       | 5          | Mengatasi keluhan konsumen dengan segera, tanpa meninggalkan kesan buruk             | 1.923        | 0.037                   |
| 5       | 50         | Sebelum rumah makan buka, selalu melakukan pengecekan lampu                          | 1.786        | 0.035                   |
| 6       | 14         | Mengucapkan terima kasih saat konsumen meninggalkan rumah makan                      | 1.723        | 0.034                   |
| 7       | 57         | Kasir mengecek pesanan konsumen  | 1.336        | 0.026                   |
| 8       | 37         | Menyediakan seragam petugas RM masing-masing bagian yang rapi, sopan dan menarik     | 1.323        | 0.026                   |
| 9       | 8          | Mengantar konsumen ke tempat duduk yang diinginkan                                   | 1.219        | 0.024                   |
| 10      | 28         | Menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar dalam berkomunikasi dengan konsumen | 1.073        | 0.021                   |

## 5. Kesimpulan, Usulan dan Saran

### 5.1. Kesimpulan

- Terdapat 35 faktor yang diinginkan oleh konsumen saat bersantap di suatu rumah makan, berdasarkan urutan tingkat kepentingannya, antara lain :
  1. Kelezatan makanan yang disajikan.
  2. Penyajian makanan dengan kondisi yang sesuai.
  3. Kebersihan ruangan area makan pada rumah makan.
  4. Keramahan petugas rumah makan dalam memberikan pelayanan.
  5. Kondisi peralatan makan dalam keadaan bersih.
  6. Kecakapan petugas rumah makan dalam membantu pelanggan.
  7. Kondisi toilet rumah makan dalam keadaan bersih.
  8. Ketepatan perhitungan harga pesanan.
  9. Kemampuan petugas RM untuk menjaga konsistensi rasa masakan.
  10. Keamanan tempat parkir.
  11. Kesesuaian menu dengan pesanan.
  12. Kondisi peralatan toilet rumah makan dalam keadaan bersih.
  13. Keamanan saat bersantap di rumah makan.
  14. Kemampuan petugas rumah makan memberikan informasi yang benar.

15. Kondisi bangunan rumah makan dalam keadaan baik.
  16. Kejelasan pada daftar menu pesanan.
  17. Udara dalam rumah makan yang sejuk.
  18. Petugas rumah makan yang dapat berkomunikasi dengan baik.
  19. Pemberian potongan harga pada saat-saat/kondisi tertentu.
  20. Pemberian harga yg sesuai thdp menu makanan dan minuman yg tersedia.
  21. Petugas RM yang dapat dipercaya/bertanggung jawab saat bertugas.
  22. Cara komunikasi pihak rumah makan dalam mengatasi keluhan pelanggan.
  23. Keamanan pada setiap transaksi ( konsumen diberikan bukti transaksi ).
  24. Kecepatan penyajian dalam pesanan konsumen.
  25. Kecepatan pelayanan yang diberikan dalam pembayaran.
  26. Nama baik rumah makan .
  27. Penampilan petugas rumah makan yang memakai seragam yang rapi.
  28. Tersedia beraneka ragam jenis makanan yang ditawarkan.
  29. Tersedia beraneka ragam jenis minuman yang ditawarkan.
  30. Tersedia beraneka ragam fasilitas pembayaran (tunai, debit, dan kredit).
  31. Kapasitas tempat untuk makan pada ruang makan.
  32. Kondisi penerangan yang baik.
  33. Penataan dekorasi yang menarik.
  34. Waktu buka rumah makan yang konsisten.
  35. Adanya kotak-kotak saran.
- Terdapat 43 SQC/ *technical response* atau usaha-usaha teknis yang perlu dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, antara lain :
    1. Kemampuan petugas dapur menyajikan makanan yang lezat.
    2. Kemampuan petugas dapur menyajikan makanan yang bersih dan segar.
    3. Ketersediaan stok bahan makanan.
    4. Ketersediaan stok bahan minuman.
    5. Kemampuan petugas dapur menyajikan makanan dalam kondisi yang sesuai.
    6. Tingkat kebersihan rumah makan.
    7. Tingkat kesopanan dan keramahan petugas dalam melayani konsumen.
    8. Tingkat kebersihan peralatan makan.
    9. Tingkat kecakapan petugas dalam membantu konsumen.
    10. Tingkat kebersihan toilet rumah makan.
    11. Tingkat ketepatan perhitungan harga pesanan.
    12. Kemampuan petugas rumah makan dalam menjaga konsistensi rasa masakan.
    13. Tingkat keamanan tempat parkir.
    14. Ketepatan penyajian menu sesuai dengan pesanan.
    15. Tingkat kebersihan peralatan toilet rumah makan.
    16. Tingkat keamanan saat bersantap di rumah makan.
    17. Tingkat ketepatan informasi yang disampaikan petugas.
    18. Kemampuan petugas memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen.
    19. Tingkat kelayakan bangunan rumah makan.
    20. Tingkat kejelasan menu pesanan.
    21. Tingkat kelayakan penyejuk udara yang digunakan.
    22. Kapasitas penyejuk udara yang ada.
    23. Kemampuan petugas berkomunikasi dengan baik.
    24. Kebijakan pemberian diskon pada saat-saat tertentu.

25. Patokan harga sesuai dengan rasa, porsi dan standar yang ada.
  26. Tingkat tanggung jawab petugas dalam melayani konsumen.
  27. Tingkat kejujuran petugas dalam melayani konsumen.
  28. Kemampuan pihak rumah makan menghadapi dan menyelesaikan komplain .
  29. Tingkat keamanan pada setiap transaksi.
  30. Kemampuan petugas dapur mengolah masakan.
  31. Kemampuan kecepatan petugas rumah makan dalam melayani pembayaran.
  32. Image yang baik tentang rumah makan.
  33. Tingkat kenyamanan saat bersantap di rumah makan.
  34. Tingkat kerapihan penampilan petugas rumah makan.
  35. Tingkat keanekaragaman jenis makanan yang ditawarkan.
  36. Tingkat keanekaragaman jenis minuman yang ditawarkan.
  37. Kelengkapan sarana/fasilitas pembayaran yang disediakan.
  38. Banyaknya daya tampung rumah makan.
  39. Kapasitas penerangan yang digunakan.
  40. Tingkat kelayakan penerangan yang digunakan.
  41. Kemampuan membuat dekorasi ruang yang indah dan menarik.
  42. Kemampuan pihak rumah makan dalam hal waktu buka yang konsisten.
  43. Kemauan pengadaan kotak saran.
- Terdapat 47 karakteristik desain dari usaha-usaha teknis untuk memenuhi kebutuhan konsumen, antara lain :
    1. Menciptakan image rumah makan yang baik.
    2. Menciptakan suasana makan yang menyenangkan.
    3. Bentuk pelatihan peningkatan kejujuran petugas rumah makan.
    4. Bentuk pelatihan komunikasi mengatasi keluhan konsumen.
    5. Bentuk pelatihan petugas untuk cakap membantu konsumen.
    6. Bentuk pelatihan petugas untuk bersikap sopan dan ramah dalam melayani konsumen.
    7. Kelengkapan sarana keamanan yang ada di rumah makan.
    8. Frekuensi pembersihan rumah makan.
    9. Bentuk pelatihan petugas dapur dalam penyajian makanan dengan kondisi yang sesuai.
    10. Bentuk pelatihan petugas dapur dalam penyajian makanan yang lezat.
    11. Frekuensi pemberian bukti tanda transaksi.
    12. Bentuk pelatihan petugas dapur dalam menjaga konsistensi rasa masakan.
    13. Bentuk pelatihan petugas dapur dalam menyajikan makanan yang bersih dan segar..
    14. Bentuk pelatihan petugas keamanan
    15. Bentuk pelatihan peningkatan tanggung jawab petugas.
    16. Waktu pemberian diskon.
    17. Bentuk pelatihan petugas berkomunikasi dengan baik.
    18. Frekuensi pengecekan penyejuk udara yang digunakan.
    19. Frekuensi pembersihan peralatan toilet rumah makan.
    20. Harga jual yang bersaing.
    21. Frekuensi pengecekan pada menu pesanan.
    22. Frekuensi pembersihan toilet rumah makan.
    23. Frekuensi pengecekan bangunan rumah makan.
    24. Peraturan mengenai penampilan petugas rumah makan.
    25. Bentuk pelatihan penyampaian informasi.
    26. Frekuensi pembersihan peralatan makan.
    27. Luas ruang makan.
    28. Jumlah dari banyaknya kartu kredit dan debit yang dapat digunakan.



29. Frekuensi pembersihan penyejuk udara.
  30. Bentuk pelatihan petugas dapur menyajikan menu sesuai pesanan.
  31. Jumlah petugas parkir.
  32. Jumlah makanan yang ditawarkan.
  33. Jumlah minuman yang ditawarkan.
  34. Jumlah penyejuk udara.
  35. Frekuensi pengecekan lampu yang digunakan.
  36. Jumlah penerangan yang digunakan.
  37. Frekuensi pengecekan dekorasi ruangan.
  38. Letak kotak saran.
  39. Frekuensi pengecekan isi kotak saran.
  40. Frekuensi pengecekan stok bahan masakan.
  41. Bentuk pelatihan pengetahuan menu yang ada.
  42. Bentuk pelatihan petugas bagian kasir.
  43. Bentuk pelatihan petugas dapur dalam cara mengelolah makanan.
  44. Frekuensi pengecekan stok bahan minuman.
  45. Bentuk pelatihan petugas dalam pembayaran.
  46. Bentuk pelatihan petugas mencatat pesanan konsumen.
  47. Peraturan jam kehadiran petugas rumah makan untuk mempersiapkan waktu buka dan pergantian shift kerja.
- Terdapat 68 karakteristik proses yang diperlukan untuk mewujudkan karakteristik desain dalam usaha pemenuhan kebutuhan di Rumah Makan Seteran Semarang, antara lain:
    1. Menjaga nama baik rumah makan.
    2. Melayani konsumen dengan senyuman, sopan, ramah dan cepat.
    3. Mengatasi keluhan konsumen secara baik/bersifat kekeluargaan.
    4. Mengatasi keluhan konsumen dengan segera, tanpa meninggalkan kesan buruk.
    5. Sebelum rumah makan buka, selalu melakukan pengecekan lampu.
    6. Mengucapkan terima kasih saat konsumen meninggalkan rumah makan
    7. Kasir mengecek pesanan konsumen.
    8. Menyediakan seragam petugas RM masing-masing bagian yang rapi, sopan dan menarik.
    9. Mengantar konsumen ke tempat duduk yang diinginkan.
    10. Menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar dalam berkomunikasi dengan konsumen.
    11. Menggunakan bahasa Inggris yang baik dan benar dalam berkomunikasi dengan konsumen asing.
    12. Menyajikan makanan dengan kondisi yang seharusnya.
    13. Menambah air teh di gelas konsumen yang kosong.
    14. Memberikan asbak saat konsumen merokok.
    15. Menata dan memperhatikan letak pemasangan penyejuk udara.
    16. Menyambut konsumen yang datang.
    17. Memasang musik yang menyenangkan ( musik instrumental ).
    18. Kasir mengucapkan uang kembali dan memberikan struk pembayaran kepada konsumen.
    19. Setiap saat terjadi transaksi kepada konsumen
    20. Memasak sesuai resep.
    21. Mengamati dan memeriksa setiap konsumen yang datang.
    22. Membersihkan peralatan toilet yang digunakan pada saat membersihkan toilet.
    23. Memberikan buku panduan cara bersikap sopan dan ramah kepada konsumen.
    24. Pembuatan jadwal pembersihan toilet rumah makan.
    25. Membuat jadwal pemeriksaan bangunan rumah makan.
    26. Memberikan buku panduan cara menyambut konsumen.
    27. Mengikuti aturan resep, bahan dan takaran bumbu masakan yang digunakan.
    28. Memberikan daftar menu makanan, dan minuman.
    29. Menambah menu makanan yang ditawarkan.
    30. Menambah menu minuman yang ditawarkan.
    31. Kasir mengucapkan total transaksi yang dilakukan konsumen.

32. Kasir mengucapkan jumlah uang yang diterima dari konsumen.
33. Menegur/memberi sanksi kepada petugas RM yang malas.
34. Kasir mengucapkan terima kasih kepada konsumen setelah selesai bertransaksi.
35. Menyampaikan informasi dengan jelas, benar dan dapat dimengerti konsumen.
36. Pada saat weekday petugas parkir 2 orang, dan pada saat weekend petugas parkir 3 orang.
37. Menata dan memperhatikan tata letak pemasangan lampu.
38. Memasang 1 alarm tanda bahaya di lokasi rumah makan yang strategis.
39. Meletakkan tabung pemadam kebakaran di tempat yang rawan.
40. Menyediakan kotak saran di dekat kasir.
41. Menyajikan makanan sesuai pesanan konsumen.
42. Menegur/memberi sanksi kepada petugas RM yang tidak jujur.
43. Semua petugas RM wajib mengetahui semua karakteristik menu yang ada.
44. Pemberian diskon kepada pemilik kartu member saat bersantap di tempat.
45. Melakukan rekrutment petugas RM yang dapat berbahasa Inggris.
46. Memperhatikan isi kotak saran.
47. Pengecekan dilakukan minimal 2 kali pada saat pemesanan.
48. Bahan makanan dicuci terlebih dahulu sebelum dimasak.
49. Mengikuti aturan cara memasak yang telah diajarkan.
50. Membuat jadwal pengecekan penyejuk udara.
51. Pembuatan jadwal pembersihan ruangan makan.
52. Dapat memperbaiki kesalahan input data keuangan pada saat pembayaran.
53. Mencatat pesanan konsumen dengan cepat, lengkap dan jelas.
54. Melakukan perhitungan ruangan makan yang optimal.
55. Pembuatan jadwal untuk membersihkan penyejuk udara yang digunakan.
56. Membuat jadwal pengecekan dekorasi ruangan.
57. Melakukan survey harga jual yang bersaing.
58. Melakukan kerjasama dengan berbagai BANK untuk penyediaan mesin debit/ kredit.
59. Menyediakan pembayaran secara debit dan kredit untuk bermacam-macam jenis kartu.
60. Penyediaan freezer untuk menyimpan daging.
61. Penyediaan kulkas untuk menyimpan bahan makanan dan minuman.
62. Membuat sanksi untuk setiap pelanggaran peraturan penampilan.
63. Membersihkan peralatan makan pada saat habis digunakan.
64. Memastikan pesanan saat konsumen selesai memesan.
65. Menggunakan computer.
66. Menegur atau memberikan sanksi untuk setiap pelanggaran peraturan jam kehadiran petugas RM.
67. Penentuan petugas RM yang menangani ketersediaan bahan masakan .
68. Penentuan petugas RM yang menangani ketersediaan bahan minuman.

## 5.2 Usulan

Usulan-usulan yang dapat diberikan untuk merancang kualitas pelayanan Rumah Makan Seteran Semarang, dalam hal pemenuhan kebutuhan konsumen sesuai yang diinginkan konsumen adalah melakukan prosedur pelaksanaan proses yang telah ditentukan. Contohnya seperti :

1. Menjaga nama baik rumah makan.

Menjaga nama baik rumah makan adalah dengan cara memberikan pelayanan jasa maupun produk yang terbaik untuk konsumen. Apabila konsumen merasa puas, konsumen dengan “*word of mouth*”-nya akan mempromosikan kepada kerabat, sahabat atau rekan kerja untuk datang bersantap ke rumah makan.

2. Memasang musik yang menyenangkan.

Pemilihan musik harus merupakan musik yang bersifat menenangkan, contohnya musik instrumental.

3. Menegur / memberi sanksi kepada petugas yang tidak jujur.

Jika ada petugas yang tidak jujur, jangan ditegur di depan konsumen atau di depan petugas lainnya, tetapi tegurlah secara pribadi. Dengan demikian ia berkesempatan untuk memperbaiki diri tanpa pemikiran negatif orang lain tentang dirinya.

4. Mengatasi keluhan konsumen dengan baik / bersifat kekeluargaan.

Jika ada konsumen yang komplain, pihak rumah makan harus menanggapi dengan baik, walaupun konsumen yang salah, pihak rumah makan harus tetap bersikap baik dan bersikap kekeluargaan untuk menyelesaikannya.

5. Mengatasi keluhan konsumen dengan segera, tanpa meninggalkan kesan buruk.

Jika ada konsumen yang komplain, harus segera dicari tahu apa yang menyebabkan ia komplain, dan setelah itu segera lakukan tindakan untuk mengatasi komplain tersebut. Dengan demikian konsumen tidak akan merasa sangat kesal dan berkesan buruk terhadap rumah makan.

6. Diharapkan dengan terlaksananya usulan-usulan yang diberikan, dapat menjawab dan mewakili semua *customer needs* yang ada.

Dengan melaksanakan semua karakteristik proses yang telah diurutkan berdasarkan prioritas pada QFD tahap 3, maka dapat mewujudkan karakteristik desain di QFD tahap 2. Kemudian karakteristik desain merupakan spesifikasi untuk menunjang tercapainya technical response pada QFD tahap 1, yang pada akhirnya dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang diinginkan.

### 5.3 Saran

Saran- saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Rumah Makan Seteran Semarang sebaiknya dapat lebih memperhatikan dan memahami keinginan konsumen, dengan melaksanakan perancangan proses pelayanan yang telah disusun, sesuai dengan prioritas prosesnya.
2. Sebaiknya perancangan untuk meningkatkan pelayanan di Rumah Makan Seteran Semarang dapat dilakukan secara terus menerus, terjadwal, dan terevaluasi. Hal ini disebabkan, ada kemungkinan kebutuhan konsumen yang akan terus berubah yang sesuai dengan tuntutan dan kemajuan jaman yang ada.

### 6. Daftar Pustaka

1. Arikunto, Suharsini.; ***“Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek”***, edisi revisi V, cetakan kedua belas, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta, 2002.
2. Besterfield, Dale H.; ***“Quality Control”***, fourth edition, Prentice Hall, Inc, 1994.
3. Cohen, Lou.; ***“Quality Function Deployment : How to Make QFD Work for You”***, Addison-Wesley Publishing Company, 1995.
4. Cravens, David W.; ***“Pemasaran Strategis”***, Jilid 1, edisi keempat, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1996.
5. Daez, Doug., Barnard, Bill., Norman, Rick.; ***“Customer Integration : The Quality Function Deployment (QFD) Leader’s Guide for Decision Making”***, John Willey and Sons, Inc, 1995.
6. Day, Ronald G.; ***“Quality Function Deployment : Linking a Company with Its Customers”***, ASQC Quality Milwaukee, Wisconsin, 1993.
7. Ramaswamy, Rohit.; ***“Design and Management of Service Processes : Keeping Customers for Life”***, Addison-Wesley Publishing Company, Inc, 1996.
8. Singarimbun, Masri., Effendi, Sofian.; ***“Metode Penelitian Survei”***, edisi revisi, PT. Pustaka LP3ES Indonesia, Jakarta, 1995.
9. Sugiono.; ***“Metode Penelitian Administrasi”***, cetakan kesembilan, Penerbit Alfabeta, Bandung, 2002.
10. Tjiptono, Fandi., Anastasia, Diana.; ***“Total Quality Management”***, edisi revisi, Andi Offset, Yogyakarta, 2001.
11. Tjiptono, Fandi.; ***“Manajemen Jasa”***, edisi kedua, Andi offset, Yogyakarta, 1996.