

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE QFD  
(QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT)  
(Studi pada Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping)**

Oleh : Randi Rama Putra

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Jl. Lingkar Selatan, Kasihan, Bantul, Yogyakarta. (Telp. +62 274 387656, Fax.  
+62 274 387646, [bhp@umy.ac.id](mailto:bhp@umy.ac.id)) tahun 2018

---

**ABSTRACT**

*This research aims to analyze the quality of service by using the method of Quality Function Deployment (QFD). The object of this research is PKU Muhammadiyah Gamping Hospital which is located at Ambarketawang street, Sleman, Yogyakarta and the subject is former patient and visitor from RS PKU Muhammadiyah Gamping. The way to improve the quality of service from the hospital is first we must know the wishes of its customers (Voice of Customer). Next, we need to find out what is the right solution to respond to Voice of Customer. This research uses primary data obtained by filling questionnaires and interviews. The sampling technique used is Purposive Sampling. The analytical tool used is House of Quality (HOQ).*

*The result of this research is there are 32 attributes of Voice of Customer and 27 technical response from RS. Through the HOQ matrix, the technical response that should be prioritized for the improvement of PKU Muhammadiyah Gamping Hospital is the response of clean room technique cleaned daily with score 80.*

*Keywords: Quality Function Deployment (QFD), House of Quality (HOQ) and Quality of service.*

---

**A. Latar Belakang**

Kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang sangat vital di sebuah perusahaan jasa. Menurut Day (1993) berpendapat bahwa kegagalan suatu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen membuat pemilik usaha mencari cara untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut. Salah satunya dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD), yaitu mendorong agar pengusaha melakukan komunikasi dengan konsumennya dalam prosesnya, pemilik usaha akan mempelajari apa yang akan menjadi keinginan

konsumen sehingga perusahaan dapat merencanakan strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

*Quality Function Deployment* (QFD) merupakan pendekatan yang terstruktur untuk mengintegrasikan suara pelanggan tersebut ke dalam sebuah proses pengembangan produk atau layanan, tujuannya adalah untuk memastikan bahwa keunggulan pelanggan tersebut dapat di perhitungkan kedalam setiap aspek prosesnya, dan dapat memahami keinginan pelanggan yang menjadi kunci utama dalam QFD (Stevenson, 2002). Metode QFD menggunakan matriks yang dapat menerjemahkan apa yang menjadi keinginan pelanggan dan kemudian di proses untuk menghasilkan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, dengan melibatkan partisipasi seluruh fungsi organisasi yang disebut *House Of Quality* (HOQ). (Heizer & Render, 2015).

HOQ bertujuan untuk mempertemukan informasi mengenai keinginan dari pihak konsumen dengan persyaratan pihak produsen, sehingga tercapai sasaran desain, operasi, dan kerekayasaan yang konkret. Selanjutnya dapat dipakai sebagai pedoman proses operasi produksi guna menghasilkan barang atau jasa yang berorientasi kepada spesifikasi yang menjadi keinginan dari konsumen (Haming, 2002).

Salah satu cara yang digunakan adalah dengan menerapkan QFD dengan menggunakan matriks HOQ. Dengan menerapkan QFD maka RS PKU Muhammadiyah Gamping diharapkan dapat terhindar dari perbedaan persepsi tentang apa yang diberikan oleh organisasi tersebut dengan apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti mengambil judul “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE QFD (*QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT*) (Studi pada Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping).

## **B. Landasan Teori**

### **1. Kualitas Pelayanan**

Kualitas layanan adalah ukuran seberapa baik tingkat layanan yang disampaikan sesuai dengan harapan pelanggan. memberikan layanan berkualitas berarti sesuai dengan harapan pelanggan secara konsisten (Lewis & Booms, 1983). Menurut Gronroos (1982) tinggi rendahnya suatu kualitas pelayanan tergantung dari bagaimana pelayanan yang diterima konsumen. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan konsumen sesuai dengan yang diharapkan konsumen maka kualitas pelayanan yang di persepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan dari konsumen maka kualitas jasa yang di persepsikan dengan kualitas pelayanan yang ideal. Sebaliknya jika

pelayanan yang diterima oleh konsumen lebih rendah dari harapan, maka kualitas pelayanan yang di persepsikan buruk.

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

*Quality Function Deployment (QFD)* adalah sebuah proses untuk menentukan kebutuhan atau keinginan pelanggan dan menerjemahkannya kedalam atribut yang dapat dipahami dan dilaksanakan oleh setiap area fungsional (Heizer & Render, 2015). Konsep dasar QFD menurut Heizer et, al. (2016) adalah untuk mencari tahu kebutuhan yang diharapkan konsumen, dengan menggunakan dan mengumpulkan suara konsumen menjadi persyaratan dalam pembuatan produk atau karakteristik produk. Setiap data yang telah dikumpulkan dari konsumen selanjutnya akan diaplikasikan menjadi matriks, yang biasa disebut *House Of Quality (HOQ)*.

## 3. *House Of Quality (HOQ)*

*House Of Quality (HOQ)* merupakan bagian dari proses penyebaran fungsi kualitas yang menggunakan matriks perencanaan untuk menghubungkan keinginan pelanggan dan bagaimana perusahaan memenuhi keinginan pelanggan tersebut (Heizer & Render, 2015).

### **C. Metode Penelitian**

Objek pada penelitian ini adalah Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping Yogyakarta. Sedangkan Subjek pada penelitian ini adalah penunggu pasien dan mantan pasien rumah sakit yang pernah mendapatkan pelayanan rawat inap di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping Yogyakarta dan serta pihak Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping Yogyakarta. Jenis data penelitian ini adalah data primer. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Kriteria sampel yang dipilih adalah pasien yang pernah menggunakan fasilitas jasa layanan pada RS PKU Muhammadiyah Gamping, dan keluarga yang penunggu pasien di RS PKU Muhammadiyah Gamping dan pihak dari rumah sakit nantinya akan diwawancarai untuk mengetahui tentang jasa layanan RS PKU Muhammadiyah Gamping dan untuk pengumpulan data respon teknis perusahaan. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dengan pihak RS PKU dan angket (kuesioner) yang disebar ke pihak pasien dan pengunjung pasien RS PKU. Uji kualitas instrumen dan data yang digunakan yaitu uji Validitas dan uji Reliabilitas. Sedangkan alat analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan metode HOQ.

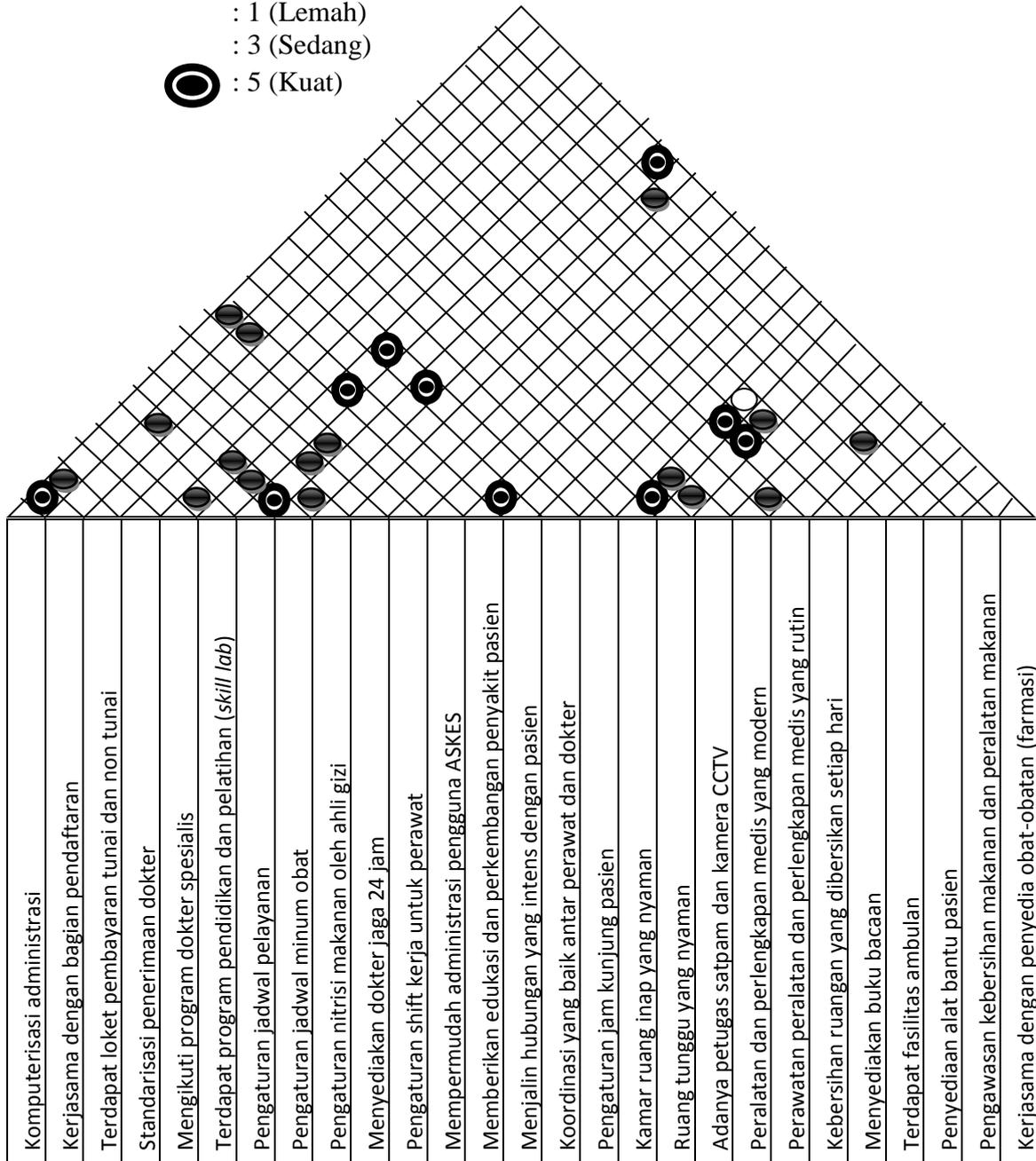
## D. Hasil Penelitian

Keterangan :

: 1 (Lemah)

: 3 (Sedang)

○ : 5 (Kuat)



Gambar 1  
Hubungan Antar Respon Teknik



## **E. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari matriks hubungan antar respon teknik, terdapat respon teknik pengaturan jadwal minum obat yang memiliki hubungan paling banyak dengan respon teknik lainnya. Diantaranya respon teknik pengaturan jadwal minum obat memiliki hubungan yang kuat dengan respon teknik pengaturan jadwal pelayanan, respon teknik koordinasi yang baik antar perawat dan dokter, dan respon teknik kerjasama dengan penyedia obat-obatan (farmasi).

Berdasarkan hasil perhitungan pada matriks *House of Quality* (HOQ), maka didapatkan hasil perhitungan *Voice of Customer* (VOC) “Memberikan edukasi dan perkembangan penyakit pasien” menjadi VOC dengan skor tertinggi yaitu 49. Sedangkan VOC yang mendapatkan skor terendah yaitu “Terdapat fasilitas ambulan” dengan skor 12.

## **F. Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, RS PKU Muhammadiyah Gamping sebaiknya memprioritaskan respon teknik memberikan edukasi dan perkembangan penyakit pasien. Karena pada respon teknik tersebut mendapatkan hasil perhitungan tertinggi dibanding respon teknik yang lainnya

## **Daftar Pustaka**

Day, R. G. (1993). *“Quality Function Deployment : Linking a Company with its Customer”*. ASQC Quality Press, Milwaukee-Wisconsin.

Gronroos, Christian (1982). *“strategic management and marketing in the service sector”*. Helsingfors: Swedish school of economics and business administration.

Haming, Murdifin. (2002). *“Table Of Tables, Suatu Metode Menemukan dan Menerjemahkan Keinginan Konsumen ke dalam Produk yang Dihasilkan”*. Oktober.

Heizer, J., & Render, B., (2015). *“Operation Management”*. Salemba Empat. Jakarta.

Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2016). *Operation Management*. USA: PEARSON.

Lewis, R., C. & Booms, B. H., (1983). *“the marketing aspects of service quality, in emerging perspective on service marketing”*. Chicago.

Stevenson, W. J., (2002). *“Operations Management (seventh edition)”*.

