

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Konsep Kriteria Sentra

Dalam pemilihan sentra atau pusat fasilitas, tidak terlepas dari penentuan kriteria. Kriteria merupakan dasar patokan yang ditentukan sebagai alat pembandingan terhadap kriteria lainnya. Kriteria juga termasuk pondasi titik batas dalam memutuskan sebuah pilihan. Kriteria sendiri dapat menjadi faktor penentu berhasil atau tidaknya dalam membangun sebuah usaha. Salah satu hal penting dalam penentuan kriteria sentra adalah tersedianya lahan. Untuk bisa mendapatkan lahan, dapat dilakukan observasi langsung dan juga didasari dengan harapan para wisatawan (Sudarsono, 2013).

Dalam penentuan kriteria sentra oleh-oleh, para ahli telah menentukan kriteria dalam penentuan sebuah sentra. Ketersediaan lahan merupakan hal utama dalam rencana pembangunan sebuah sentra. Dasar dari penentuan kriteria ini adalah sebuah sentra harus memiliki ruang atau tempat yang memadai. Sebab dari penyediaan ruang yang memadai ini adalah agar tidak mengganggu fasilitas umum lain dan juga agar lebih mudah mengarahkan para wisatawan. Tidak semua tempat dapat menjadikan sentra sebagai sebuah usaha. Sebuah lahan atau ruang yang dapat dijadikan sentra usaha harus memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh pemerintah.

Usaha sentra oleh-oleh juga perlu memperhatikan jarak lokasi yang akan ditempuh oleh para wisatawan. Aksesibilitas perlu diperhatikan karena mengingat

sentra oleh-oleh merupakan salah satu daya tarik wisata. Lokasi yang mudah ditempuh, kondisi sentra yang strategis, dan juga jarak lokasi yang fleksibel dalam arti dapat ditempuh dengan berbagai alternatif transportasi menjadi salah satu kriteria penting dalam penentuan sebuah sentra. Lokasi sentra harus dapat memberikan kemudahan bagi para wisatawan dalam mendapatkan oleh-oleh yang diinginkan.

Selain dari kriteria tersebut, sentra juga perlu memperhatikan kesesuaian terhadap rencana pembangunan tata ruang daerah. Sentra sebaiknya tidak berdiri pada kawasan lindung yang pemanfaatannya tidak diizinkan untuk dibangun sebuah usaha. Sentra dibangun dipusat keramaian, memperhatikan kondisi penduduk sekitar dan pencemaran lingkungan yang diakibatkan adanya sentra oleh-oleh tersebut (Haqie et al., 2019).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Muchlis & Santoso, 2017) dalam penentuan kriteria sentra, terdapat beberapa kriteria lain yang menjadi dasar dalam membangun sebuah sentra usaha. Ada beberapa macam karakteristik yang dijadikan variabel dalam penentuan kriteria tersebut. Variabel tersebut terdiri dari:

1. Atraksi. Atraksi merupakan suatu kegiatan yang dapat menarik perhatian para wisatawan.
2. Jenis Komoditas. Jenis komoditas ini berkaitan dengan produk yang disediakan oleh sentra oleh-oleh. Dalam hal ini dapat berupa keragaman oleh-oleh yang dimiliki oleh Batam.
3. Kerjasama. Kerjasama memiliki arti hubungan antara pemerintah dan pelaku usaha serta pelaku usaha dengan para pelanggan.

Keberhasilan sebuah usaha juga dipengaruhi oleh kerjasama yang baik antar semua pihak.

4. Sikap Masyarakat. Hal ini berkaitan dengan kesediaan pemerintah dalam memberikan ruang untuk membangun sebuah sentra oleh-oleh. Dan juga keterbukaan masyarakat dalam menerima keberadaan sentra oleh-oleh tersebut.
5. Aksesibilitas. Kriteria yang harus dimiliki dalam membuat sebuah sentra adalah dengan memperhatikan akses menuju ke lokasi dimana sentra tersebut berada. Hal ini dapat berupa transportasi yang dapat digunakan dan juga jalan yang akan ditempuh dalam menuju ke lokasi sentra tersebut.
6. Infrastruktur. Infrastruktur merupakan sarana dan prasarana yang menjadi penunjang pada sentra oleh-oleh. Dalam hal ini juga termasuk fasilitas yang disediakan oleh sentra oleh-oleh. Kriteria ini memiliki pengaruh karena berkaitan dengan kenyamanan yang akan dirasakan oleh pengunjung sentra.
7. Informasi dan Promosi. Berkaitan dengan informasi yang diberikan kepada para wisatawan. Hal ini juga bertujuan agar sentra dapat dikenali dengan lebih mudah dan menarik para wisatawan untuk berkunjung.
8. Harga. Harga merupakan jumlah yang dibayarkan ketika akan membeli oleh-oleh pada sentra. Harga yang ditawarkan akan disesuaikan dengan oleh-oleh yang ditawarkan.

9. Ketahanan dan Keamanan. Kriteria ini berhubungan dengan keselamatan para pelaku usaha dan juga pengunjung sentra. Ketahanan bangunan dan memiliki jalur evakuasi, keamanan wisatawan menjadi kriteria pada aspek ketahanan dan keamanan ini.
10. Objek Wisata. Sentra oleh-oleh merupakan salah satu bagian dari pariwisata. Sentra oleh-oleh secara fungsional adalah menyediakan cendramata khas dari sebuah lokasi pariwisata. Maka mendekatkan sentra oleh-oleh dengan objek wisata akan memberikan manfaat yang cukup signifikan.

2.1.2 Quality Function Deployment (QFD)

Menurut Cohen (1995) QFD atau *Quality Function Deployment* merupakan sebuah metode yang digunakan dalam perencanaan dan pengembangan sebuah produk atau jasa yang memungkinkan peneliti mengetahui secara spesifik keinginan dan kebutuhan pelanggan. Setelah mendapatkan spesifikasi sesuai dari kebutuhan pelanggan tersebut, kemudian dievaluasi setiap produk atau jasa yang telah dikembangkan atau menguji kemampuan layanan yang diberikan secara sistematis terhadap pemenuhan kebutuhan tersebut (Irfan et al., 2020).

Quality Function Deployment (QFD) merupakan pendekatan yang sistematis dalam mengidentifikasi dan menerjemahkan karakteristik kebutuhan pelanggan. QFD diciptakan untuk membantu sebuah organisasi dalam upaya meningkatkan kemampuan untuk memahami kebutuhan pelanggan. QFD sendiri dikembangkan di Jepang pada tahun 1966 oleh seorang ahli bernama Yoji Akao.

Menurut Akao (1990), QFD adalah sebuah metode dalam mengembangkan desain yang memiliki tujuan untuk memenuhi standar kriteria yang diharapkan oleh konsumen. Kemudian, berdasarkan keinginan konsumen tersebut, diterjemahkan menjadi target desain dan hal utama dalam menjamin kualitas yang akan digunakan pada setiap tahapan produksi. Hasil dari pemanfaatan QFD dapat terlihat ketika penerapan QFD telah menunjukkan pengurangan pembangunan waktu produksi hingga satu-setengah sampai sepertiga dari waktu awal. Konsentrasi QFD ini yaitu melibatkan kebutuhan pelanggan dalam proses pengembangan produk atau jasa seawal mungkin, akibat ketidakpuasan sebuah produk atau jasa yang telah dihasilkan (Irfan et al., 2020).

Menurut penelitian (Trifiyanto & Susilowati, 2019b) dalam penerapan QFD, QFD akan berjalan dengan baik apabila dilaksanakan sesuai dengan tahapan metodenya. Tahapan terpenting dari QFD adalah menjamin kualitas dari produk atau jasa sesuai dengan harapan pelanggan. Adapun tahapan dalam penggunaan metode QFD, yaitu:

1. Kualitas (*Quality*). Tahapan ini mendeskripsikan kebutuhan apa saja yang dimiliki pelanggan terhadap sebuah produk atau jasa. Pengidentifikasiannya dimulai dengan kriteria pelanggan yang berupa item kualitatif seperti kondisi fisik, efisiensi dan efektifitas penggunaan produk, keamanan penggunaan, serta tujuan yang diharapkan.
2. Penilaian Konsumen (*Assessment of Customers*). Pada tahapan ini adalah tahap penjabaran kebutuhan pelanggan melalui pendapat pelanggan. Dalam penjabaran keinginan pelanggan ini adalah sebagai harapan yang

dapat berupa perkiraan atau hal yang diyakini pelanggan tentang apa yang diterima atau dirasakan ketika menggunakan sebuah produk atau jasa. Untuk mendapatkan penilaian pelanggan berupa keluhan ataupun harapan, dapat dilakukan dengan survei atau angket (*Voice of Customers*).

3. Daftar Periksa (*Checklist*). Daftar periksa atau yang disebut *checklist* merupakan tahapan dimana peneliti melakukan penjabaran terhadap kebutuhan pelanggan. Dalam tahapan ini setiap kriteria yang diperoleh akan diberi nilai sesuai dengan prioritas kebutuhan pelanggan.

4. Rumah Kualitas (*House of Quality*). Tahapan ini merupakan tahapan terakhir dalam metode QFD ini. Pada tahapan ini akan dimulai dengan penentuan hubungan antara kriteria kebutuhan dengan kriteria harapan. Penerapan jumlah bobot terhadap masing-masing kriteria, dan penyatuan karakteristik terhadap nilai bobot tersebut.

2.1.3 House of Quality (HoQ)

Matrik HoQ merupakan bentuk representasi dari metode QFD. Pada dasarnya, matrik HoQ ini terbagi menjadi dua bagian. Bagian pertama yaitu bagian vertical yang disebut kebutuhan pelanggan (*customer requirements*). Pada bagian *customer requirements* berisikan tentang informasi kriteria yang diperlukan oleh pelanggan. Pada bagian kedua yaitu bagian horizontal yang disebut dengan kebutuhan teknis (*technical requirements*). Pada bagian ini, *technical requirements* berisi respon dari kriteria harapan pelanggan. Respon ini berupa deskripsi dari harapan pelanggan yang telah didapatkan pada *customer requirements* (Shrivastava, 2013).


Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Suhendar, 2014), matriks HoQ memiliki beberapa bagian. Bagian tersebut merupakan konversi dari *Voice of Customers* secara langsung terhadap kriteria persyaratan teknis dari produk atau jasa yang dihasilkan. Bagian-bagian dari matriks HoQ adalah sebagai berikut.

1. Bagian A : *Customer need and benefit* (Kebutuhan dan harapan pelanggan). Pada bagian ini, berisikan informasi yang diperoleh dari observasi lingkungan objek. Data ini dapat diperoleh melalui suara konsumen (*Voice of Costumer*) yang dapat diidentifikasi melalui wawancara dengan pelanggan.

2. Bagian B : *Planning matriks* (Matrik perencanaan). Bagian ini memuat tiga tingkat kepentingan dan juga tingkat kepuasan pada setiap kebutuhan pelanggan.

3. Bagian C : *Technical response* (Parameter teknik). Bagian C memuat penjabaran kriteria dari Bagian A. Data yang dibutuhkan merupakan turunan dari suara pelanggan yang kemudian dikembangkan secara teknis. Dalam setiap persyaratan teknis ditentukan berdasarkan satuan pengukuran dan target yang akan dicapai.

4. Bagian D : *Relationship* (Hubungan antara parameter teknik dengan kebutuhan pelanggan). Bagian ini memuat hubungan antara Bagian C yang telah dikembangkan berdasarkan suara konsumen dengan Bagian A yang akan mempengaruhinya. Dalam menentukan hubungan tersebut digunakan simbol-simbol sebagai berikut.

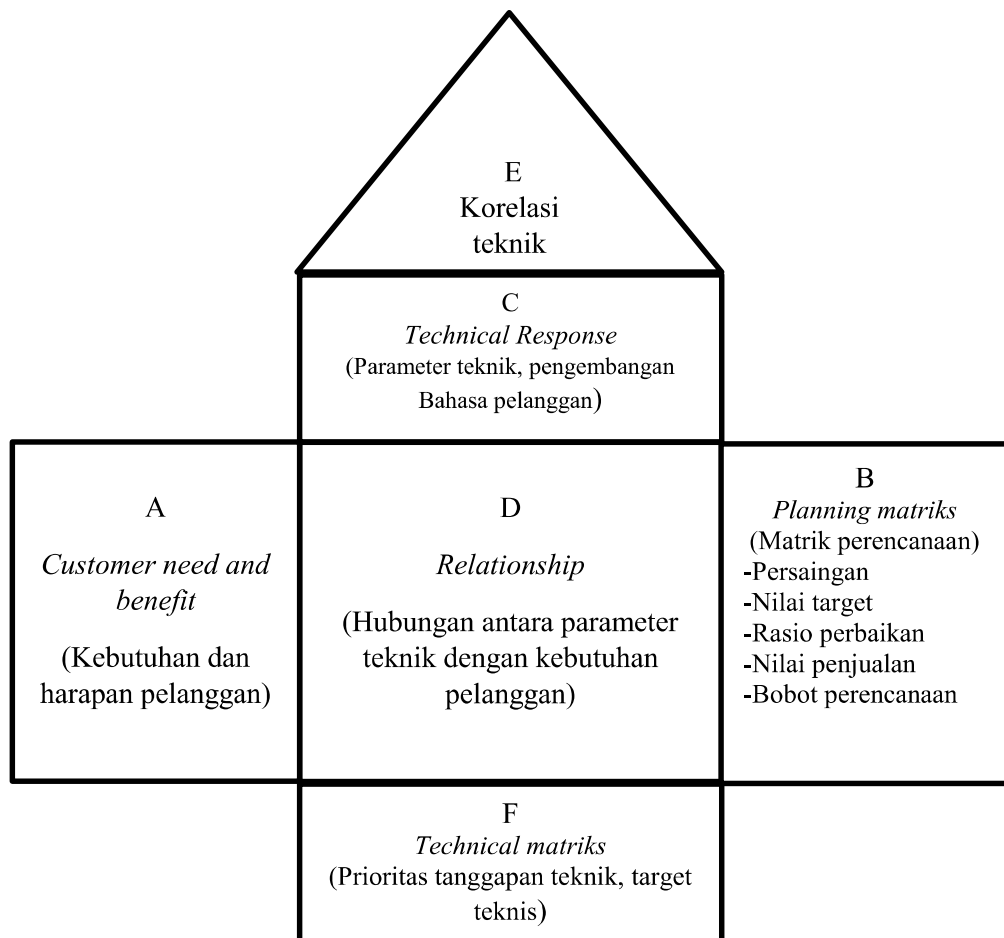
- a.  *Strongly Linked*, yaitu simbol yang diberi nilai 9 dan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang cukup berarti jika

memberikan perubahan yang relative kecil pada *technical requirements* (persyaratan teknis).

- b. ○ *Moderate Linked*, yaitu simbol dengan nilai 3 yang akan cukup besar mempengaruhi kepuasan pelanggan jika memberikan perubahan besar pada persyaratan teknis.
- c. △ *Possibly Linked*, yaitu simbol yang bernilai 1. Simbol ini memiliki arti perubahan besar pada persyaratan teknis hanya sedikit mempengaruhi perubahan kepuasan pelanggan
- d. - *Not Linked (Blank)*, yaitu simbol bernilai 0 (nol) karena jika dilakukan perubahan pada persyaratan teknis, tidak akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

5. Bagian E : *Technical Correlation* (Korelasi teknik). Bagian ini menghubungkan kriteria persyaratan teknis yang satu dengan persyaratan teknis yang lain. Pada setiap korelasi yang terjadi terdapat dua kemungkinan, yaitu *Positive Impact* dan *Negative Impact*. Pada *Positive Impact* berarti perubahan yang terjadi pada persyaratan teknis 1 akan memberikan nilai positif pada persyaratan teknis yang lain. Sedangkan *Negative Impact*, jika terjadi perubahan pada salah satu persyaratan teknis maka akan memberikan nilai negatif pada persyaratan teknis yang saling memiliki hubungan dengan persyaratan teknis tersebut.

6. Bagian F : *Technical Matriks* (Matrik teknis). Pada bagian ini, berisikan kriteria prioritas pada pengembangan produk atau jasa. Dalam hal ini terjadi perbandingan antara target pengembangan persyaratan teknis dengan produk atau jasa yang dikembangkan.



Gambar 2.1 *House of Quality* (Rumah Kualitas)

2.2 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Nofriani Fajrah & Yogi Perdana, 2019) dengan judul *The Analysis of Determine The Criteria of Car Painting Service Quality*, terdapat dua variabel yang diteliti. Variabel pertama adalah variabel independen dari penelitian ini yaitu berupa keinginan pelanggan, dan yang kedua adalah variabel dependen dari penelitian ini yaitu kriteria kualitas pengecatan mobil. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah QFD (*Quality Function Deployment*) dengan menggunakan VoC (*Voice of Costumer*)

untuk memperoleh data kriteria kualitas pengecatan mobil berdasarkan keinginan pelanggan yang kemudian dijadikan acuan dalam membangun HoQ (*House of Quality*). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kriteria kualitas yang dibutuhkan dalam memenuhi keinginan dan kepuasan pelanggan dalam pengecatan mobil pada bengkel pengecatan mobil Ogick Paint Art. Hasil dari penelitian ini adalah didapatnya prioritas kriteria kualitas pada pengecatan mobil. Terdapat kriteria yang menjadi prioritas dan memiliki nilai 5 dari nilai tingkat kepentingan konsumen yaitu daya tahan kilap dan daya tahan intensitas warna.

Berdasarkan penelitian oleh (Jahanzaib et al., 2016) dengan judul *A Framework for Implementing Quality Function Deployment (QFD) For Utility Services*, tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan kerangka layanan kerja dari perusahaan jasa utilitas yang didasari oleh kebutuhan pelanggan. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode QFD dengan VoC (*Voice of Customer*) sebagai alat pengumpulan data. Selain itu juga, dilakukan wawancara dengan para ahli terpilih yang bekerja dalam perusahaan utilitas untuk mendapatkan solusi teknis. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ada 13 penjelas teknis yang diusulkan para ahli untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Salah satunya yaitu adopsi teknologi baru didapat sebagai solusi teknis dengan prioritas tertinggi, kemudian diikuti oleh layanan pelanggan yang efektif, fokus pada karyawan dan layanan online.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Sylvani, 2016) dengan judul *Analysis of Customers Requirements of XYZ Resto POS System of PT. XYZ Using Quality Function Deployment*, tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi

kebutuhan pelanggan yang kemudian dijadikan pendukung dalam mengembangkan produk aplikasi XYZ Resto. Metode penelitian ini menggunakan QFD dan dalam pengambilan data peneliti melakukan wawancara secara mendalam dengan CEO PT.XYZ untuk mengetahui kondisi XYZ Resto. Selain dengan melakukan wawancara, peneliti mengumpulkan data berdasarkan data laporan keluhan pelanggan yang kemudian diterjemahkan menjadi “suara pelanggan”. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah terdapat 14 persyaratan pelanggan yang telah teridentifikasi. Salah satu yang menjadi prioritas dan paling dibutuhkan pelanggan adalah laporan aplikasi yang dapat dibuka dalam berbagai format. Hal ini disebabkan oleh aplikasi yang saat ini hanya mampu mendukung format PDF saja. Selain itu, harapan pelanggan teridentifikasi adalah XYZ Resto dapat memproses semua transaksi dari berbagai metode pembayaran, mengingat pelanggan yang menggunakan kartu kredit semakin meningkat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Chan et al., 2019) dengan judul *An Analysis of Passengers Ride Needs of Urban Rail Transit Services: Application of Quality Function Deployment* bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan terhadap kualitas layanan angkutan kereta api perkotaan di Hongkong. Meskipun perusahaan telah menerapkan standar pengoperasian kereta api, tetapi masih terdapat beberapa kekurangan yang menyebabkan ketidaknyamanan penumpang seperti gangguan akibat getaran yang timbul dan kebisingan selama kereta bergerak. Metode dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan QFD dan VoC digunakan dalam pengumpulan data suara pelanggan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan yang baik dan aman menjadi dua

prioritas kriteria penumpang terhadap penggunaan kereta api perkotaan di Hongkong. Peningkatan kualitas naik kereta api perkotaan bergantung pada kondisi dan situasi stasiun yang aman dan nyaman, dan kondisi kereta api yang prima menjadi dasar persyaratan pelanggan.

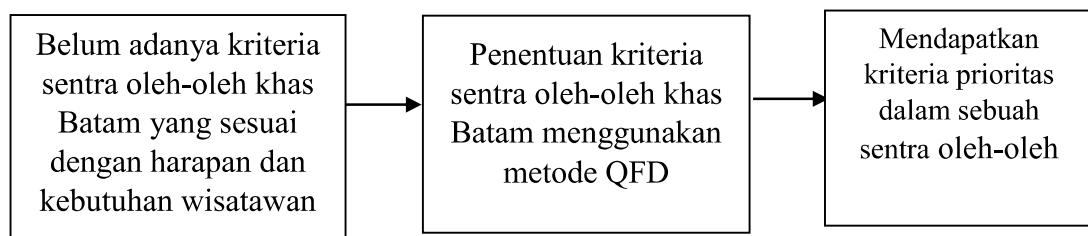
Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Sularto et al., 2015) dengan judul *User Requirements Analysis for Restaurant POS and Accounting Application Using Quality Function Deployment*, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kriteria kebutuhan konsumen dalam mengembangkan usaha restoran UKM di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek). Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui kriteria yang diperlukan dan yang harus ditiadakan dalam mendapatkan POS (*Point of Sales*) dan aplikasi akuntansi yang sesuai dengan kebutuhan restoran. Metode dalam penelitian ini menggunakan QFD dan pendekatan kuesioner dalam memperoleh data responden. Hasil dari penelitian ini adalah identifikasi kriteria kebutuhan konsumen terdiri dari POS (*Point of Sales*) dalam pesanan pelanggan, printer POS untuk mencetak transaksi dengan mesin kasir, POS untuk pembayaran dengan menggunakan kartu kredit, dan POS penghitung semua transaksi termasuk pembelian dan penggunaan bahan baku. Selain dari kriteria tersebut, ditemukan bahwa ada beberapa fitur desain aplikasi POS dan akuntansi yang tidak penting menurut pernyataan responden. Fitur tersebut adalah aplikasi kasir menggunakan computer tablet, aplikasi berbasis internet (online), laporan pengeluaran tahunan, dan laporan pemakaian bahan baku. Selain fitur-fitur ini, semua dianggap penting bagi restoran.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Zawati & Dweiri, 2016) dengan judul *Analysis Of Public Transport Users' Satisfaction Using Quality Function Deployment: Belgrade Case Study* bertujuan untuk mengidentifikasi kriteria yang menjadi kebutuhan penumpang terhadap layanan transportasi umum di kota Beograd. Pada penelitian ini menggunakan metode QFD dan kuesioner serta wawancara secara langsung sebagai alat pengumpulan data kriteria kebutuhan pelanggan. Hasil dari penelitian ini adalah sebagian besar penumpang (55,61%) mengharapkan keteraturan dalam transportasi yaitu dengan jumlah 4.896 pernyataan, kenyamanan kendaraan sebanyak 3.446 pernyataan. Selain itu, kriteria yang menjadi prioritas persyaratan penumpang adalah ketepatan waktu, kenyamanan duduk dalam kendaraan, sikap pengemudi, keandalan kendaraan, dan kapasitas optimal kendaraan.

Berdasarkan penelitian (Hasibuan et al., 2019) dengan judul *Service Quality Improvement by Using the Quality Function Deployment (QFD) Method at the Government General Hospital*, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kebutuhan pasien akan mutu pelayanan kesehatan rumah sakit. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah penerapan metode QFD dengan menggunakan pendekatan HoQ (*House of Quality*). Hasil yang diperoleh melalui penelitian ini yaitu terdapat 33 karakteristik kualitas pelayanan yang diprioritaskan untuk perbaikan lebih lanjut, dengan poin kesabaran pemulihan sebagai kriteria prioritas utama.

2.3 Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini terdapat kerangka pemikiran yang bertujuan untuk mendapatkan kriteria-kriteria dalam perencanaan penentuan sentra oleh-oleh khas Batam menggunakan metode QFD (*Quality Function Deployment*). Berdasarkan landasan teori yang telah ditinjau, maka dapat disusun kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut.



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran