

DESAIN SISTEM PELAYANAN RUMAH MAKAN CEPAT SAJI DENGAN METODE QFD (QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT)

NAMA : DIKI RESTU PRATAMA

NIM : L2H 003 630

PEMBIMBING I : DENNY NURKERTAMANDA, ST. MT

PEMBIMBING II : SRI HARTINI, ST. MT

ABSTRAKSI

Industri rumah makan cepat saji adalah salah satu industri yang berkembang pesat, bahkan di kota kecil, seperti Kota Cirebon, Kabupaten Kuningan dan Kabupaten Majalengka. Semuanya tak lepas dari arus modernisasi, dan mewabahnya jaringan bisnis Franchise. Rumah makan cepat saji yang semakin banyak berdiri, akan langsung berhadapan dengan 2 hal penting, yaitu pesaing dan tuntutan konsumen. Kedua hal ini saling berkaitan, dimana tidak terpenuhinya tuntutan konsumen, berarti, pesaing yang memenangkan kompetisi, begitupun sebaliknya. Dan tuntutan pelanggan rumah makan cepat saji ini memang belum terpenuhi dengan baik, terbukti 31% konsumen menyatakan bahwa kualitas pelayanan rumah makan cepat saji hanya “biasa”, dan bahkan 17% konsumen menyatakan “tidak baik”.

Ekspektasi konsumen sudah seharusnya diperhitungkan dengan baik dalam semua tahap perencanaan, persiapan, maupun pelaksanaan industri rumah makan cepat saji. Ekspektasi yang terpenuhi pada preferensi terhadap layanan yang dianggap penting oleh konsumen, merupakan hal yang krusial, walaupun persepsi minus terhadap layanan dengan preferensi yang lebih rendah juga tidak kalah pentingnya untuk diperhatikan. Hal ini dapat ditangkap dan diurai secara detail melalui metode Quality Function Deployment (QFD). Metode ini secara terperinci dan teratur mampu mendefinisikan hal apa yang dianggap penting oleh konsumen, dan bagaimana langkah solusi yang harus ditempuh, supaya ekspektasi konsumen dapat terpenuhi.

Beberapa aspek pelayanan terpenting dalam memenuhi kepuasan pelanggan berhasil terdefinisi, diantaranya kebersihan ruangan, perabotan, keramahan pegawai, keamanan fasilitas fisik dan sebagainya. Dengan panduan literatur mengenai rumah makan, desain rekomendasi yang berfungsi sebagai solusi masalah di atas dapat dibentuk. Dengan batasan kenaikan tarif yang dapat diterima oleh konsumen dari hasil observasi melalui prinsip WTP yaitu sebesar 5%, diharapkan manajemen rumah makan saji mampu menyediakan sistem pelayanan rumah makan cepat saji yang dapat memenuhi ekspektasi konsumen, namun tetap dalam jangkauan konsumen untuk menikmati layanan tersebut.

Kata Kunci : Franchise, preferensi, persepsi, Quality Function Deployment(QFD), Willingness to Pay (WTP)