

ANALISIS *QUALITY FUNCTIONAL DEPLOYMENT* (QFD) UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN TREAT COFFEE AND BEANS

^{1*} Yazid Badres, ² Abdul Azis Syarif, ³ Denny Walady Utama

^{1,2,3}Program Studi Teknik Industri, Universitas Harapan Medan, Jalan HM Jhoni No. 70 C, Medan
e-mail: ^{1*}ajedajed06@gmail.com, ²abdulazizsyarif@unhar.ac.id, ³dennywaladyutama@unhar.ac.id

ABSTRAK

Di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat, kualitas pelayanan menjadi faktor kunci dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Treat Coffee and Beans, sebagai salah satu kedai kopi yang berkembang di Kota Medan, menghadapi tantangan dalam memenuhi ekspektasi pelanggan terhadap layanan yang cepat, ramah, dan nyaman. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan Treat Coffee and Beans dengan menggunakan metode Quality Function Deployment (QFD). Data diperoleh melalui kuesioner terhadap 98 pelanggan tetap dan wawancara dengan manajemen. Hasil analisis House of Quality menunjukkan bahwa atribut kebersihan dan kenyamanan restoran, kecepatan pelayanan, serta keramahan staf merupakan aspek yang paling diprioritaskan pelanggan. Berdasarkan hal tersebut, upaya peningkatan yang direkomendasikan meliputi penambahan tenaga kerja saat jam sibuk, pelatihan pelayanan bagi staf, serta penerapan sistem digital dalam pencatatan pesanan untuk meningkatkan efisiensi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pendekatan QFD efektif dalam mengidentifikasi kebutuhan utama pelanggan dan merumuskan strategi peningkatan layanan yang tepat sasaran dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Kata kunci: *coffee shop, House of Quality, kepuasan pelanggan, kualitas layanan, Quality Function Deployment*

Pendahuluan

Di masa pandemi Covid-19, berbagai sektor bisnis menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan eksistensi di tengah menurunnya daya beli masyarakat. Sektor kuliner menjadi salah satu yang paling terdampak, dengan banyak usaha makanan dan minuman yang terpaksa gulung tikar. Namun, tidak sedikit pula yang mampu bertahan dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, termasuk dalam menjaga kualitas layanan dan produk yang ditawarkan. Strategi pemasaran berisikan kebijakan untuk mengatur pemasaran barang dan jasa berupa rencana-rencana yang terkelola untuk mencapai hasil terbaik (Untari and Fajariana, 2018). Salah satu strategi pemasaran dalam mempertahankan keberlangsungan usaha adalah peningkatan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menjadi aspek penting karena berpengaruh langsung terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dalam hal ini, diperlukan pendekatan cara atau langkah-langkah taktis yang digunakan untuk memahami kebutuhan dan memprediksikan gejala permintaan konsumen dan menerjemahkannya ke dalam bentuk perbaikan nyata dalam layanan bisnis (Labaso, 2019).

Sejalan dengan kondisi tersebut, Treat Coffee and Beans hadir sebagai salah satu coffee shop yang berkembang di Kota Medan. Meskipun baru berdiri selama satu tahun, bisnis ini telah menarik banyak pelanggan meskipun baru beroperasi selama satu tahun berkat layanan online dan offline, dengan menawarkan suasana nyaman dan pilihan kopi dan makanan modern yang menarik bagi berbagai kalangan. Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan 20 pelanggan tetap, ditemukan beberapa keluhan yang konsisten terkait kualitas pelayanan, seperti rasa hidangan yang kurang konsisten, isian makanan yang tidak memadai, penyajian yang kurang higienis, kondisi area parkir yang terbatas, dan penundaan layanan makanan dan minuman. Keluhan-keluhan ini, apabila tidak segera ditindaklanjuti, dapat menurunkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan

dan berdampak pada keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang.

Sebuah teknik yang dapat memasukkan kebutuhan pelanggan ke dalam perencanaan layanan diperlukan untuk mengatasi masalah ini secara sistematis. Metode *Quality Function Deployment* (QFD) dipandang sebagai pendekatan yang tepat, karena QFD mampu menerjemahkan suara konsumen (*voice of customer*) ke dalam bentuk atribut teknis yang dapat dikembangkan oleh perusahaan. Menurut (Wijaya, 2018), QFD adalah praktik untuk merancang proses berdasarkan kebutuhan pelanggan, sementara (Andriani, Choiri and Priharseno, 2017) menekankan bahwa QFD memungkinkan perencanaan produksi yang berfokus pada harapan konsumen secara langsung. Dukungan terhadap efektivitas QFD juga ditunjukkan oleh penelitian (Prasmoro, Chotimah and Siregar, 2020) yang mengidentifikasi 15 atribut kebutuhan pelanggan di Cafe XYZ, dengan rasa menu yang lezat sebagai prioritas utama. Penelitian (Hendra *et al.*, 2022) pun mengungkapkan bahwa pelatihan tenaga kerja dan pembuatan standar pelayanan menjadi respon teknis yang paling direkomendasikan dalam meningkatkan kualitas layanan restoran.

Berdasarkan latar belakang, maka penelitian ini ingin mengetahui mengenai atribut-atribut apa saja yang menjadi kebutuhan pelanggan (*customer requirement*) dan mana di antaranya yang harus diprioritaskan untuk perbaikan, serta bagaimana peningkatan kualitas pelayanan Treat Coffee and Beans dapat dilakukan secara efektif melalui penerapan metode *Quality Function Deployment* (QFD).

Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengidentifikasi atribut-atribut pelayanan yang menjadi kebutuhan utama pelanggan Treat Coffee and Beans, serta merancang strategi peningkatan kualitas layanan menggunakan pendekatan QFD yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Treat Coffee and Beans, Jalan Waringin, Medan, Sumatera Utara, pada Maret hingga Juni 2024 dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan menguji teori melalui data numerik dan analisis matematis. Data yang digunakan mencakup data primer dari konsumen melalui kuesioner, serta data sekunder berupa catatan penjualan dan ulasan pelanggan. Sumber data dibagi menjadi internal (dari pihak Treat Coffee and Beans) dan eksternal (dari konsumen). Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, serta kuesioner terbuka dan tertutup untuk menggali serta mengukur persepsi pelanggan terhadap pelayanan.

Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan Treat Coffee and Beans sebanyak 4500 orang selama tiga bulan, dengan sampel 98 responden yang merupakan pelanggan reguler atau pelanggan royal. Kuesioner tertutup mengacu pada lima dimensi SERVQUAL yaitu: berwujud (*tangibles*), reliabilitas (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*). Data dianalisis menggunakan pendekatan campuran kuantitatif dan kualitatif, dengan uji validitas menggunakan korelasi product moment dan uji reliabilitas menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan batas nilai 0,60. Pengolahan data ini, akan dilakukan perumusan masalah mengenai analisis kesenjangan dilakukan dengan membandingkan persepsi terhadap kinerja dan harapan pelanggan untuk mengidentifikasi area prioritas perbaikan.

Selanjutnya dilakukan analisis menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) dengan tahapan penyusunan matriks perencanaan yang mencakup tingkat kepentingan konsumen, tingkat kepuasan konsumen, nilai target (diperoleh dari pihak Treat Coffee Beans, penilaian menggunakan skala likert), rasio perbaikan, *sales point*, *Absolute Weight and Normalize Raw Weight*, dan *relation matrix* atau matriks hubungan digunakan untuk melihat kekuatan hubungan antara kebutuhan pelanggan dan karakteristik teknis pelayanan dengan skor 1 (lemah), 3 (sedang), dan 9 (kuat) (Prasmoro, Chotimah and Siregar, 2020). Tahapan akhir adalah membangun matriks teknis dan *House of Quality* (HoQ) berdasarkan data tersebut, untuk menetapkan prioritas peningkatan kualitas layanan yang paling strategis dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan Treat Coffee

and Beans.

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Tabel 1. Deskripsi Karakteristik Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase %
1.	Laki-laki	46	46,94 %
2.	Perempuan	52	53,06 %
Total		98	100 %

Frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 1. Sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah perempuan, yaitu sebanyak 52 orang (53,06%), sedangkan laki-laki berjumlah 46 orang (46,94%).

Tabel 2. Deskripsi Karakteristik Umur Responden

No.	Umur	Frekuensi	Persentase %
1.	< 20 tahun	15	15,31 %
2.	21 - 29 tahun	51	52,04 %
3.	30 - 39 tahun	19	19,39 %
4.	40 – 49 tahun	10	10,2 %
5.	> 50 tahun	3	3,06 %
Total		98	100 %

Tabel 2 menunjukkan distribusi responden berdasarkan kelompok umur. Mayoritas responden berada pada rentang usia 21–29 tahun, sebanyak 51 orang (52,04%). Disusul oleh kelompok usia 30–39 tahun sebanyak 19 orang (19,39%) dan usia di bawah 20 tahun sebanyak 15 orang (15,31%). Kelompok usia 40–49 tahun berjumlah 10 orang (10,2%), sementara responden yang berusia lebih dari 50 tahun tercatat sebanyak 3 orang (3,06%).

Status Pelanggan

Tabel 3. Deskripsi Karakteristik Periode Kerja Responden

No.	Status Pelanggan	Frekuensi	Persentase %
1.	Lama	98	100%
2.	Baru	0	0,00%
Total		98	100%

Tabel 3 memperlihatkan distribusi responden berdasarkan status pelanggan. Seluruh responden dalam penelitian ini merupakan pelanggan dengan status lama, sebanyak 98 orang (100%). Tidak terdapat responden dengan status pelanggan baru.

Penelitian ini melibatkan 98 responden yang merupakan pelanggan lama dari Treat Coffee and Beans yang melakukan kegiatan konsumsi di tempat (dine-in). Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan (53,06%), sementara laki-laki berjumlah 46,94%. Dalam hal usia, mayoritas responden berada pada rentang usia produktif 21–29 tahun (52,04%), diikuti oleh kelompok usia 30–39 tahun (19,39%). Keseluruhan responden merupakan pelanggan lama, yang memungkinkan penilaian lebih

valid terhadap kualitas pelayanan berdasarkan pengalaman berulang.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja (X)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
X1	0.562	0,195	Valid
X2	0.624	0,195	Valid
X3	0.647	0,195	Valid
X4	0.484	0,195	Valid
X5	0.668	0,195	Valid
X6	0.541	0,195	Valid
X7	0.536	0,195	Valid
X8	0.537	0,195	Valid
X9	0.651	0,195	Valid
X10	0.686	0,195	Valid
X11	0.571	0,195	Valid
X12	0.469	0,195	Valid
X13	0.598	0,195	Valid
X14	0.537	0,195	Valid
X15	0.551	0,195	Valid
X16	0.648	0,195	Valid
X17	0.620	0,195	Valid
X18	0.383	0,195	Valid
X19	0.488	0,195	Valid
X20	0.521	0,195	Valid

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
Y01	0.494	0,195	Valid
Y02	0.530	0,195	Valid
Y03	0.558	0,195	Valid
Y04	0.489	0,195	Valid
Y05	0.621	0,195	Valid
Y06	0.601	0,195	Valid
Y07	0.604	0,195	Valid
Y08	0.708	0,195	Valid
Y09	0.547	0,195	Valid
Y10	0.601	0,195	Valid
Y11	0.586	0,195	Valid
Y12	0.639	0,195	Valid
Y13	0.585	0,195	Valid
Y14	0.652	0,195	Valid

Y15	0.547	0,195	Valid
Y16	0.695	0,195	Valid
Y17	0.698	0,195	Valid
Y18	0.651	0,195	Valid
Y19	0.689	0,195	Valid
Y20	0.562	0,195	Valid

Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, instrumen penelitian divalidasi melalui uji validitas dan reliabilitas menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS. Untuk variabel tingkat kinerja (X), seluruh 20 indikator dinyatakan valid karena nilai $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ (0,195). Demikian pula dengan variabel tingkat kepentingan (Y), seluruh butir pertanyaan menunjukkan validitas yang memenuhi syarat.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja (X)

Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.889	20

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan (Y)

Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.908	20

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,889 untuk variabel kinerja dan 0,908 untuk variabel kepentingan, keduanya melebihi ambang batas minimum 0,6. Artinya, instrumen penelitian ini reliabel dan konsisten digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan.

Hasil Analisis Tingkat Kinerja dan Kepentingan

Dari hasil rekapitulasi dan pengolahan data kuesioner, diketahui bahwa rata-rata nilai tingkat kinerja berkisar antara 3,816 hingga 4,357. Nilai tertinggi terdapat pada variabel *kualitas makanan* (kesegaran, rasa, dan penampilan) sebesar 4,357, sedangkan nilai terendah ditemukan pada variabel *kondisi area parkir* sebesar 3,816. Ini mengindikasikan bahwa kualitas produk utama yaitu makanan dinilai sangat baik, namun aspek pendukung seperti sarana parkir masih memerlukan perhatian lebih.

Sebaliknya, nilai tingkat kepentingan berada dalam rentang 4,316 hingga 4,714, dengan prioritas tertinggi juga berada pada variabel *kualitas makanan*, diikuti oleh *pelayanan dan ketepatan waktu penyajian*. Hal ini menunjukkan ekspektasi pelanggan yang tinggi terhadap kualitas makanan dan kecepatan pelayanan.

Analisis Gap Kinerja dan Kepentingan

Tabel 8. Nilai Gap Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan

Ranking	No Pernyataan	Pernyataan	Mean Kinerja	Mean Kepentingan	Gap
1	2	Kondisi area parkir	3,816	4,490	-0,673
2	3	Kebersihan dan kenyamanan restoran	4,031	4,602	-0,571
3	5	Pelayanan dan ketepatan waktu dalam menghadirkan makanan	4,214	4,653	-0,439
4	1	Kondisi ruangan untuk <i>dine in</i> / makan ditempat	4,133	4,541	-0,408
5	12	Respon ketika pelanggan membutuhkan bantuan	4,153	4,541	-0,388
6	13	Pengetahuan dan kemampuan pegawai dalam melayani pelanggan	4,133	4,510	-0,378
7	11	Pesanan segera diproses setelah dipesan	4,245	4,622	-0,378
8	4	Kualitas makanan (Kesegaran, rasa dan penampilan)	4,357	4,714	-0,357
9	17	Memahami kebutuhan dan permintaan pelanggan	4,112	4,459	-0,347
10	14	Keamanan barang yang diletakkan/tertinggal di restoran	4,204	4,541	-0,337
11	7	Bersedia menerima tanggapan atau keluhan pelanggan	4,245	4,561	-0,316
12	8	Pesanan dihidangkan sesuai dengan permintaan pelanggan	4,316	4,612	-0,296
13	9	Pegawai restoran tanggap memenuhi keperluan pelanggan	4,204	4,500	-0,296
14	15	Kesopansantunan pegawai dalam berkomunikasi kepada pelanggan	4,255	4,551	-0,296

15	16	Kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan restoran	4,184	4,480	-0,296
16	10	Sikap pegawai restoran terhadap pelanggan	4,143	4,429	-0,286
17	6	Pemberian penjelasan mengenai menu dan fasilitas restoran	4,092	4,316	-0,224
18	18	Tanggung jawab atas kualitas makanan yang dihidangkan	4,316	4,520	-0,204
19	20	Meminta maaf atas kesalahan didalam pelayanan	4,347	4,541	-0,194
20	19	Mendengarkan keluhan yang diberikan oleh pelanggan	4,316	4,459	-0,143

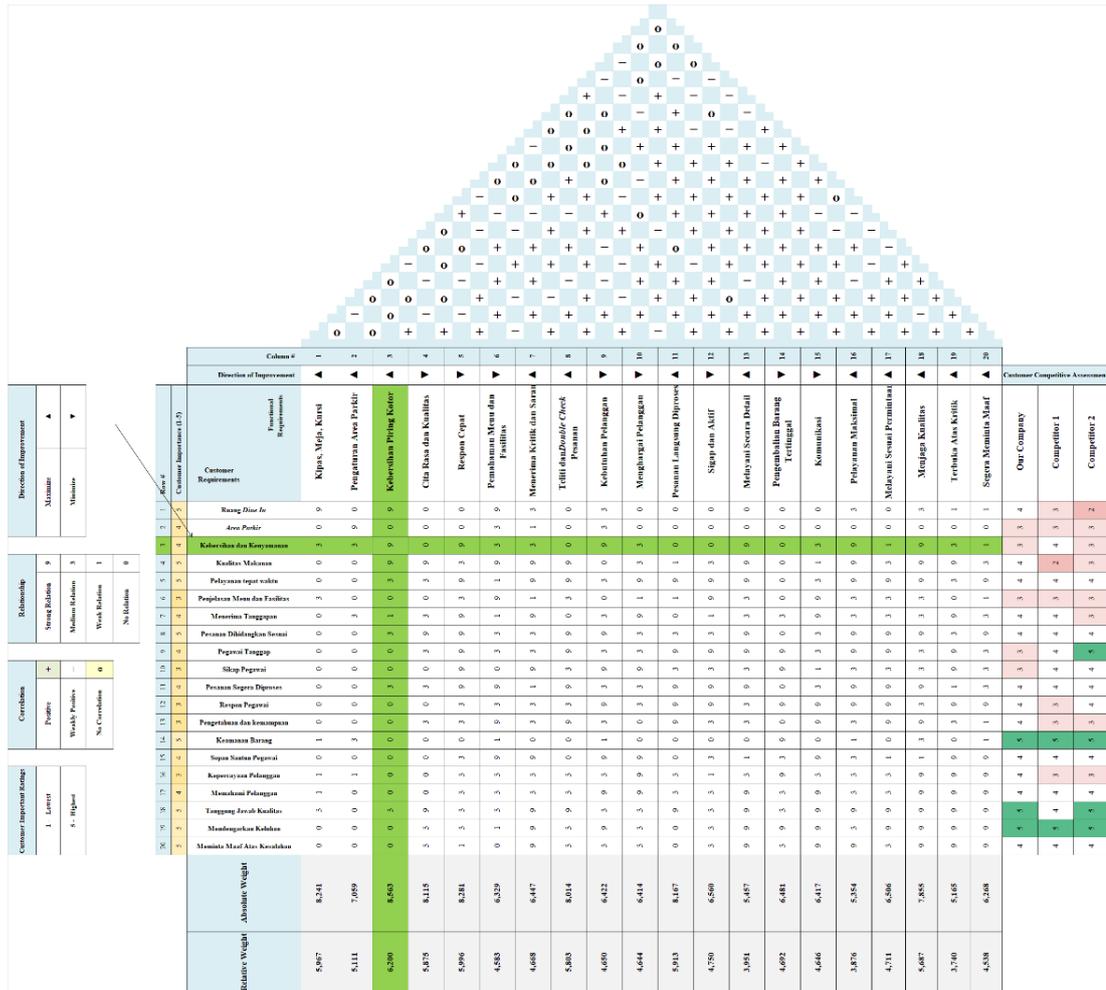
Perbedaan antara nilai kinerja dan kepentingan dianalisis untuk menentukan atribut layanan mana yang memiliki kesenjangan (gap) terbesar. Tabel 8 menunjukkan bahwa variabel dengan gap negatif terbesar adalah kondisi area parkir (-0,673), kebersihan dan kenyamanan restoran (-0,571), ketepatan waktu penyajian makanan (-0,439). Sementara itu, variabel dengan gap terkecil adalah mendengarkan keluhan pelanggan (-0,143), meminta maaf atas kesalahan pelayanan (-0,194)

Gap negatif ini menandakan bahwa pada sebagian besar indikator, performa Treat Coffee and Beans masih belum memenuhi harapan pelanggan secara optimal, terutama pada aspek fisik dan keandalan pelayanan.

Visualisasi House of Quality

House of Quality (HoQ) merupakan bagian dari metode *Quality Function Deployment* (QFD) yang digunakan untuk mengidentifikasi dan menerjemahkan kebutuhan pelanggan ke dalam bentuk karakteristik teknis yang dapat ditindaklanjuti. Dalam konteks penelitian ini, HoQ digunakan sebagai alat bantu analisis untuk mengintegrasikan suara pelanggan ke dalam proses perencanaan layanan secara sistematis. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menentukan prioritas pengembangan layanan berdasarkan tingkat kepentingan kebutuhan pelanggan dan kekuatan hubungan antar elemen teknis.

Gambar 1 menunjukkan visualisasi *House of Quality* (HoQ) yang memetakan hubungan antara kebutuhan pelanggan (*customer requirements*) dengan karakteristik teknis (*technical/functional requirements*) yang dapat dijadikan prioritas pengembangan layanan. Matriks HoQ disusun berdasarkan 20 kebutuhan pelanggan yang diperoleh dari data lapangan, serta 10 atribut teknis yang dirumuskan sebagai respons penyedia layanan. Kebutuhan dengan tingkat kepentingan tertinggi, seperti kualitas makanan dan pelayanan tepat waktu, memiliki hubungan kuat dengan atribut teknis seperti penggunaan peralatan memadai dan pengaturan SOP layanan. Matriks ini digunakan untuk menentukan prioritas pengembangan layanan berdasarkan nilai korelasi antar elemen.



Gambar 1 Matriks House of Quality (HOQ)

Pembahasan

Berdasarkan hasil QFD dan analisis gap, Hasil analisis *Quality Function Deployment* (QFD) pada Treat Coffee and Beans menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya memuaskan pelanggan, yang ditandai dengan adanya nilai gap negatif pada beberapa variabel penting. Misalnya, pada variabel “Kondisi area parkir” ditemukan gap sebesar -0,673 yang menunjukkan bahwa area parkir yang tersedia kurang memadai dan sering kali dipenuhi kendaraan lain, terutama di pagi hingga sore hari. Selain itu, variabel “Kebersihan dan kenyamanan restoran” memiliki gap sebesar -0,571 yang mencerminkan kurangnya ruang makan yang nyaman serta kebersihan yang tidak terjaga pada saat ramai. Masalah pelayanan juga terlihat dari gap -0,439 pada variabel “Pelayanan dan ketepatan waktu dalam menghadirkan makanan”, yang disebabkan oleh keterbatasan staf dan belum digunakannya sistem digital untuk pencatatan pesanan. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Aryanny and Iriani, 2019), yang mengungkapkan adanya kesenjangan antara harapan dan kinerja layanan pada maskapai Lion Air, seperti keterlambatan dan fasilitas yang tidak optimal. Kecenderungan serupa juga ditemukan oleh (Widjaja, 2019) di mana analisis QFD menunjukkan bahwa aspek pelayanan yang lambat dan keterbatasan sumber daya menjadi sumber utama ketidakpuasan pelanggan di sektor jasa otomotif. Penelitian oleh (Permata and Dwiyanto, 2020) memperkuat relevansi temuan ini, dengan menunjukkan bahwa kebersihan restoran, kenyamanan ruang makan, dan kecepatan pelayanan merupakan variabel yang sering kali menjadi sorotan pelanggan dan

memiliki gap negatif yang cukup besar.

Penelitian (Putri, Pujiyanto and Kastaman, 2021) menunjukkan bahwa kecepatan pelayanan, kenyamanan, dan kebersihan merupakan aspek utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan di Inaka Coffee. Temuan ini sesuai dengan kondisi di Treat Coffee and Beans, di mana analisis QFD mengungkapkan ketidakpuasan pada aspek kebersihan, kenyamanan ruang makan yang sempit, serta pelayanan yang lambat akibat keterbatasan fasilitas dan tenaga kerja saat jam sibuk. Sementara itu, (Hendra *et al.*, 2022) menegaskan bahwa QFD efektif dalam memetakan kebutuhan pelanggan dan menetapkan prioritas perbaikan, sebagaimana telah diterapkan di Treat Coffee untuk mengidentifikasi aspek layanan yang bernilai negatif.

Penelitian oleh (Yushila *et al.*, 2017) yang menyoroti kesenjangan antara harapan dan persepsi terhadap fasilitas fisik juga mencerminkan permasalahan serupa yang dihadapi Treat Coffee, terutama terkait kenyamanan tempat dan kebersihan yang belum optimal. Lalu, studi (Darmawan and Marisa, 2019) menunjukkan bahwa efisiensi sistem kerja dan kecukupan SDM berperan penting dalam kualitas pelayanan. Hal ini sangat relevan dengan kondisi di Treat Coffee yang masih menggunakan sistem pencatatan manual dan kekurangan karyawan saat jam sibuk, sehingga mengganggu kecepatan pelayanan baik untuk dine-in maupun pemesanan online.

Penelitian oleh (Akmal, 2023) menunjukkan bahwa kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap layanan di Kedai Kopi Empat Mata terutama terjadi pada aspek kenyamanan ruang, kecepatan pelayanan, dan fasilitas pendukung. Hal ini sejalan dengan temuan dalam penelitian ini, di mana Treat Coffee and Beans belum mampu memenuhi harapan pelanggan, khususnya dalam hal kenyamanan area makan yang sempit, kurangnya kipas angin, serta kebersihan yang tidak konsisten saat jam sibuk. Penelitian (Hadyan, Wulandari and Aurachman, 2018) turut menegaskan pentingnya fasilitas fisik seperti area parkir dalam membentuk persepsi pelanggan. Treat Coffee and Beans menghadapi masalah serupa karena lokasi yang berada di jalan besar dengan area parkir terbatas, yang menyulitkan pelanggan terutama di jam-jam ramai. Selain itu, studi oleh (Bano, Sukwadi and Park, 2022) menunjukkan perlunya digitalisasi layanan dan penambahan sumber daya manusia untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Ini relevan dengan kondisi di Treat Coffee and Beans, yang masih menggunakan sistem pencatatan manual sehingga menyebabkan keterlambatan dalam penyajian makanan, khususnya saat harus melayani pesanan online dan dine-in secara bersamaan. Dengan demikian, temuan-temuan dari literatur memperkuat urgensi perbaikan pada aspek kenyamanan, fasilitas fisik, sistem pelayanan, dan manajemen operasional di Treat Coffee and Beans.

Hasil analisis menunjukkan bahwa atribut dengan gap terbesar dalam pelayanan Treat Coffee and Beans adalah kondisi area parkir, kebersihan dan kenyamanan restoran, serta ketepatan waktu penyajian makanan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun produk (kopi dan makanan) dinilai baik, aspek pendukung dan pelayanan masih menjadi titik kritis bagi pelanggan. Penelitian (Heryangga, Darsini and Komariah, 2020) menunjukkan bahwa metode QFD mampu mengidentifikasi atribut pelayanan yang belum memenuhi harapan pelanggan dan melakukan perbaikan teknis. Hal ini sejalan dengan temuan dalam penelitian ini, di mana QFD berhasil mengungkap variabel pelayanan yang masih perlu ditingkatkan agar kepuasan pelanggan dapat tercapai secara optimal.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis menggunakan pendekatan *Quality Function Deployment* (QFD), penelitian ini menyimpulkan bahwa Treat Coffee and Beans memiliki dua puluh atribut kebutuhan pelanggan yang berhasil diidentifikasi melalui *Voice of Customer*, dengan prioritas utama terletak pada aspek kebersihan dan kenyamanan restoran. Atribut tersebut menempati posisi tertinggi dalam matriks *House of Quality* baik dari sisi bobot absolut, yang menunjukkan bahwa “Kebersihan dan kenyamanan restoran” dengan nilai 8,241 maupun bobot relatif dengan nilai 6,2 menjadi penentu utama persepsi kualitas

layanan. Selain itu, area parkir dan kecepatan pelayanan juga menjadi perhatian penting karena menunjukkan nilai kesenjangan (gap) yang tinggi antara harapan dan persepsi pelanggan.

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini, disarankan agar manajemen Treat Coffee and Beans memperkuat koordinasi dengan petugas parkir setempat untuk memastikan keteraturan dan kenyamanan parkir bagi pelanggan. Peningkatan kualitas kebersihan perlu dilengkapi dengan sistem pengecekan rutin serta pengaturan jadwal kerja staf yang terfokus pada saat periode ramai. Tambahan fasilitas pendukung seperti kipas angin juga layak dipertimbangkan untuk menunjang kenyamanan ruangan yang terbatas. Di sisi operasional, penggunaan sistem digital untuk pencatatan pesanan dan struk dapat mempercepat pelayanan sekaligus mengurangi potensi kesalahan manual. Penambahan tenaga kerja juga menjadi langkah penting guna meningkatkan efisiensi layanan pada jam-jam sibuk.

Saran untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan di cabang lain dari usaha serupa agar hasilnya mewakili pengalaman pelanggan yang lebih beragam. Selain itu, pengumpulan data di waktu yang berbeda, seperti hari biasa, akhir pekan, atau musim promosi, dapat membantu melihat apakah prioritas kebutuhan pelanggan berubah berdasarkan konteks waktu atau situasi operasional. Peneliti berikutnya juga dapat mempertimbangkan untuk menambahkan variabel lain yang belum dianalisis, seperti tingkat kepuasan atau loyalitas pelanggan, agar diperoleh gambaran yang lebih lengkap mengenai dampak kebutuhan pelanggan terhadap perilaku konsumen secara keseluruhan.

Daftar Pustaka

- Akmal, B.F. (2023) *Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Pada Kedai Kopi Empat Mata Menggunakan Metode Servqual dan Quality Function Deployment (QFD)*. Universitas Mercu Buana.
- Andriani, D.P., Choiri, M. and Priharseno, D. (2017) 'Aplikasi *Quality Function Deployment* Untuk Redesign Kontainer Penyimpanan Pada Industri Kemasan Kaleng', *Jurnal Teknik Industri*, 18(2), pp. 176–190. Available at: <https://doi.org/10.22219/JTIUMM.Vol18.No2.176-190>.
- Aryanny, E. and Iriani, I. (2019) 'Analisa Kualitas Jasa Penerbangan Lion Air dengan Metode *Quality Function Deployment* (QFD)', *Tekmapro : Journal of Industrial Engineering and Management*, 14(1), pp. 34–40. Available at: <https://doi.org/10.33005/tekmapro.v14i1.27>.
- Bano, N.J., Sukwadi, R. and Park, A. (2022) 'Analisis Perbaikan Kualitas Layanan Bluemoon Container Café: Model Integrasi Analisis Sentimen dan *Quality Function Deployment*', *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 8(1), pp. 75–82.
- Darmawan, M. and Marisa, A. (2019) 'Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan Menggunakan Metode QFD (Studi Kasus di Toko Roti Unyil Venus Bogor)', *Jurnal Rekayasa Dan Optimasi Sistem Industri*, 1(2), pp. 44–50.
- Hadyan, I., Wulandari, S. and Aurachman, R. (2018) 'Perancangan Peningkatan Kualitas Layanan Hotel XYZ Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* (QFD)', *JISI: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 5(1), pp. 31–39.
- Hendra, S. *et al.* (2022) 'Peningkatan Kepuasan Konsumen Pada Industri Restoran dengan Metode QFD', *Matrik : Jurnal Manajemen dan Teknik Industri Produksi*, 22(2), p. 111. Available at: <https://doi.org/10.30587/matrik.v22i2.2716>.

- Heryangga, A., Darsini, D. and Komariah, A. (2020) ‘Analisis Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Mahasiswa dengan Metode Servqual, Kano dan QFD (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo)’, *Jurnal Aplikasi Ilmu Teknik Industri (JAPTI)*, 1(2), pp. 73–87.
- Labaso, S. (2019) ‘Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta’, *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), pp. 289–311. Available at: <https://doi.org/10.14421/manageria.2018.32-05>.
- Permata, V.I. and Dwiyanto, B.M. (2020) ‘Peningkatan Kualitas Restoran dengan Pendekatan *Quality Function Deployment* (QFD)(Studi pada Bakso Rusuk Solo)’, *Diponegoro Journal of Management*, 9(4).
- Prasmoro, A.V., Chotimah, C. and Siregar, D. (2020) ‘Analisis Perbaikan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* (Studi Kasus Cafe XYZ Rawalumbu)’, *Journal of Industrial and Engineering System*, 1(2), pp. 89–100.
- Putri, N.N.D., Pujiyanto, T. and Kastaman, R. (2021) ‘Penerapan Metode *Quality Function Deployment* (QFD) yang Terintegrasi Metode Servqual untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen dalam Kualitas Pelayanan di Inaka Coffee’, *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 5(4), pp. 1037–1050.
- Untari, D. and Fajariana, D.E. (2018) ‘Strategi pemasaran melalui media sosial instagram (studi deskriptif pada akun@ subur_batik)’, *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), pp. 271–278.
- Widjaja, F.N. (2019) ‘Penerapan Metode QFD (*Quality Function Deployment*) di UD Garuda Motor Jajag, Banyuwangi’, *CALYPTRA*, 7(2), pp. 2038–2052.
- Wijaya, T. (2018) ‘Manajemen Kualitas Jasa, Edisi Kedua’, *Jakarta: PT. Indeks*, 12(2), pp. 128–138.
- Yushila, A. B., Effendi, M., & Effendi, U. (2017). Analisis Kepuasan Konsumen dengan Metode Fuzzy – Servqual dan *Quality Function Deployment* (Studi Kasus Café Right Time Malang). *Jurnal Teknologi Pertanian*, 18(2), 107–118.