



Implementation Of The QFD Method To Identify Customer Needs

Alfian Ramadhani¹, Sri Widaningrum², Wiyono Sutari³

^{1,2,3}Universitas Telkom

Abstract

Received: 15 Oktober 2024
Revised: 22 Oktober 2024
Accepted: 29 Oktober 2024

Rumah BUMN (RB) is a facility provided to shape the digital economy ecosystem, one of which involves organizing training activities. Through regularly conducting training, RB Bandung needs to evaluate and improve its training activities. However, RB Bandung is not yet aware of the customer needs in these training activities. In this research, the Quality Function Deployment (QFD) method is utilized. This method is used to identify customer needs and articulate them into relevant technical requirements. After being identified using the QFD method, there are eleven customer needs: training with various issue focuses, training with experienced mentors, training that enhances participants' soft skills, training that enhances participants' capabilities, interactive training, training conducted according to schedule, training that can expand customer reach, training providing physical materials, training with various positive impacts, and training with confidently serving staff. Based on the normalized raw weight values, the first priority from customer needs is training with experienced mentors, with a normalized raw weight value of 0.12.

Keywords:

Training, QFD, Customer Needs

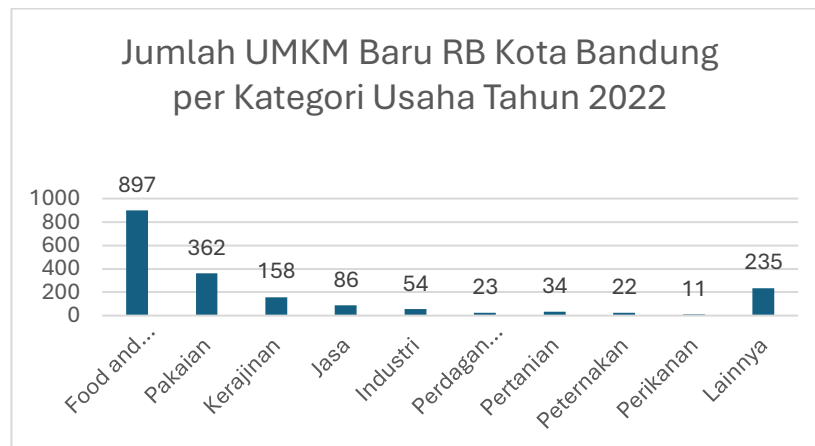
(*) Corresponding Author: alfianramadhani26.ar@gmail.com

How to Cite: Ramadhani, A., Widaningrum, S., & Sutari, W. (2024). Implementation Of The QFD Method To Identify Customer Needs. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14271720>.

INTRODUCTION

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan entitas bisnis yang beroperasi secara independen, baik oleh individu maupun perusahaan, dalam berbagai sektor ekonomi [1]. UMKM berperan krusial dalam memajukan perekonomian suatu wilayah atau negara. Salah satu potensi terbesar bagi peningkatan ekonomi adalah UMKM yang berbasis ekonomi kreatif. Di wilayah Jawa Barat, pada tahun 2021, tercatat sebanyak 32 juta UMKM. Sejak tahun 2016, UMKM mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan [2]. Hal tersebut menimbulkan banyaknya persaingan usaha yang menyebabkan UMKM harus mampu menghadapi berbagai tantangan agar dapat memperkuat perekonomian nasional. Salah satu modal yang dapat membuat UMKM mampu bersaing adalah dengan kemampuan dan sumber daya yang memadai [3].

Terdapat salah satu Organisasi yang merupakan tempat yang disediakan untuk membangun ekosistem ekonomi digital dengan fokus pada pelatihan untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitas UMKM. Organisasi tersebut melakukan pembinaan yang didalamnya terdapat pelatihan sekaligus pendampingan dan konsultasi untuk membantu keperluan pelaku UMKM



Gambar 1 Kategori usaha UMKM baru pada RB Bandung tahun 2022

Berdasarkan Gambar 1, banyaknya UMKM yang baru bergabung di RB Bandung pada tahun 2022 adalah 1882-unit UMKM. Terdapat beberapa kategori UMKM yang baru bergabung dengan RB Bandung antara lain Food and Beverage, Pakaian, Kerajinan, Jasa, Industri, Perdagangan, Pertanian, Peternakan, Perikanan dan lainnya. Berdasarkan gambar 1, UMKM baru didominasi oleh UMKM dengan subsector Food and Beverage yaitu sebanyak 897 UMKM.

Dengan banyaknya UMKM yang bergabung, Rumah BUMN Bandung sudah rutin melakukan pembinaan terhadap UMKM binaannya. Rumah BUMN Bandung menyediakan beberapa program pelatihan diantaranya Coaching Clinic UMKM, PitchDeck, Digital Marketing, dan Branding. Berdasarkan data yang penulis dapatkan, pada periode 1 Januari sampai dengan 3 Agustus tahun 2023, sudah sebanyak 109 program pelatihan yang dilaksanakan oleh Rumah BUMN Bandung. Pada periode yang sama, Rumah BUMN Bandung berhasil mendapatkan total peserta terbanyak dari total program pelatihan yang diadakan yaitu sebanyak 2137 peserta UMKM.

Dengan banyaknya kegiatan program pelatihan, tentunya Rumah BUMN Bandung perlu memiliki pemahaman yang baik tentang aspek-aspek yang memerlukan perbaikan dalam pelaksanaan program pelatihan. Salah satu cara agar dapat meningkatkan dan mengembangkan program pelatihan yaitu dengan mengetahui bagaimana kepuasan dari para peserta UMKM yang mengikuti program pelatihan. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang mereka rasakan antara harapan sebelumnya (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk atau jasa yang dirasakan setelah pemakarannya [4]. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan para peserta terhadap pelatihan, tentunya RB Bandung harus mengetahui terlebih dahulu kebutuhan peserta terhadap kegiatan pelatihan. Kebutuhan peserta tersebut yang nantinya akan diukur pencapaiannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dalam kegiatan pelatihan di Rumah BUMN Bandung. Kebutuhan pelanggan tersebut nantinya akan dijadikan sebagai instrument dalam perancangan alat ukur berupa kuesioner yang akan mengukur pencapaian kebutuhan pelanggan terhadap kegiatan pelatihan.

METHODS

Dalam penelitian ini menggunakan metode Quality Function Deployment (QFD) dan pendekatan ISO. QFD digunakan dalam mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kebutuhan dan keinginan pelanggan ini nantinya akan digunakan dalam pembuatan alat ukur berupa kuesioner pengukuran kepuasan pelanggan. Sedangkan pendekatan ISO akan digunakan dalam pembuatan Standard Operational Procedure (SOP) pengukuran kepuasan pelanggan. Adapun tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu tahap pendahuluan, tahap pengumpulan data, tahap pengolahan data, tahap perancangan dan analisis, dan tahap kesimpulan dan saran.

Pada tahap pendahuluan dilakukan pengumpulan informasi yang relevan yang berfungsi untuk memperjelas tujuan penelitian. Kemudian, tahap pengumpulan data dilakukan dengan dua cara yaitu pengumpulan data primer dan pengumpulan data sekunder. Data primer didapatkan dari sumber secara langsung seperti hasil wawancara, observasi lapangan dan verifikasi. Sedangkan data sekunder diperoleh secara tidak langsung dan merupakan data yang sudah tersedia sebelumnya.

Selanjutnya masuk kedalam tahap pengolahan data dengan melakukan identifikasi GAP antara proses eksisting pengukuran kepuasan pelanggan dengan requirement klausul 9.1.2 ISO 9001:2015 mengenai kepuasan pelanggan dan menghasilkan GAP Analysis. kemudian, pada tahap perancangan dan analisis perancangan dilakukan dua perancangan, yaitu perancangan alat ukur untuk pengukuran kepuasan pelanggan di Rumah BUMN Bandung dengan berdasarkan data-data yang sudah diolah pada tahap sebelumnya dan juga perancangan SOP pengukuran kepuasan pelanggan dengan berdasarkan requirement ISO 9001:2015 klausul 9.1.2. Tahap terakhir pada penelitian ini adalah pemberian usulan dengan memberikan rancangan alat ukur berupa kuesioner dan dokumen SOP yang diberikan kepada pihak Rumah BUMN Bandung sebagai bahan referensi dan rekomendasi terhadap sistem dan prosedur persiapan pengukuran kepuasan khususnya kepuasan UMKM dalam aspek pembinaan.

RESULTS & DISCUSSION

Results

A. Proses Perancangan

1. Identifikasi GAP

Requirement ISO 9001:2015 Klausul 9.1.2	Kondisi Aktual	GAP	Usulan Perbaikan
Organisasi harus memantau persepsi pelanggan terhadap sejauh mana kebutuhan dan harapan mereka terpenuhi	Proses pemantauan tersebut dilakukan dengan melakukan survey kepuasan pelanggan melalui kuesioner. Namun proses tersebut belum konsisten terlaksana dan	Sudah dilakukan, namun tidak konsisten dan belum memiliki dokumen baku standar dari pihak Rumah BUMN	Merancang kuesioner kepuasan pelanggan dengan memperhatikan aspek-aspek kebutuhan pelanggan. Merancang prosedur serta

	kuesioner belum memperhatikan kebutuhan pelanggan dan dimensi kualitas pelayanan	Bandung terkait proses pengukuran kepuasan pelanggan.	dokumen baku yaitu SOP untuk pengukuran kepuasan pelanggan.
Organisasi harus menentukan dan mengembangkan metode untuk memperoleh data, memproses, mengevaluasi dan menampilkan informasi terkait kepuasan pelanggan	Pihak Rumah BUMN Bandung sudah menyediakan kuesioner untuk memperoleh data kepuasan pelanggan. Namun data yang didapatkan belum diproses menggunakan <i>spreadsheet</i> sehingga tidak dapat mengetahui kepuasan terhadap pelatihan serta tidak dapat membuat laporan untuk evaluasi.	Sudah dilakukan, namun tidak konsisten dan dalam memperoleh data dengan kuesioner belum dilakukan Langkah pengujian kusioner untuk dapat melakukan perancangan kusioner yang valid serta reliabel.	Merancang prosedur serta dokumen baku yaitu SOP untuk pengukuran kepuasan pelanggan.

TABEL 1

2. Menentukan Customer Needs

Customer Needs atau kebutuhan pelanggan merupakan segala sesuatu yang diinginkan atau dibutuhkan oleh pelanggan untuk memenuhi kepuasan atau kebahagiaan mereka [6]. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan peserta pelatihan Rumah BUMN Bandung, didapatkan customer statement yang kemudian diubah menjadi need statement seperti :

No	Need Statement	Variabel
1	Pelatihan memiliki berbagai fokus permasalahan	V1
2	Pelatihan memiliki mentor yang berpengalaman	V2
3	Pelatihan dapat meningkatkan <i>softskill</i> peserta UMKM	V3
4	Pelatihan dapat meningkatkan kapabilitas peserta UMKM	V4
5	Pelatihan yang interaktif	V5
6	Pelatihan terlaksana sesuai jadwal	V6
7	Pelatihan dapat memperluas jangkauan pelanggan	V7
8	Pelatihan memiliki ruangan yang memadai	V8
9	Pelatihan yang memberikan materi fisik	V9
10	Pelatihan memiliki berbagai dampak positif	V10
11	Pelatihan memiliki <i>staff</i> yang melayani dengan percaya diri	V11

TABEL 2

3. Menentukan spesifikasi Teknik

Spesifikasi teknis ini menjadi faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh pelanggan setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk atau jasa. Untuk menentukan spesifikasi tersebut harus terlebih dahulu menyediakan technical response untuk setiap need statement. Dilihat technical response dari need statement yang ada.

No	<i>Need Statement</i>	<i>Technical Response</i>
1	Pelatihan memiliki berbagai fokus permasalahan	Kurikulum pelatihan yang komprehensif
2	Pelatihan memiliki mentor yang berpengalaman	Mentor yang berpengalaman
3	Pelatihan dapat meningkatkan <i>softskill</i> peserta UMKM	Keterampilan komunikasi
		Kepemimpinan
		Kerja tim
4	Pelatihan dapat meningkatkan kapabilitas	Kurikulum pelatihan yang komprehensif
5	Pelatihan yang interaktif	Studi Kasus
		Diskusi Kelompok
		Melakukan simulasi
6	Pelatihan terlaksana sesuai jadwal	Manajemen waktu yang cermat
7	Pelatihan dapat memperluas jangkauan pelanggan	Strategi pemasaran
		Promosi
8	Pelatihan memiliki ruangan yang memadai	Ruangan memiliki kapasitas yang cukup dan memiliki fasilitas <i>speaker</i> dan proyektor
9	Pelatihan yang memberikan materi fisik	Buku dan materi fisik
10	Pelatihan memiliki berbagai dampak positif	Evaluasi dampak secara berkala
11	Pelatihan memiliki <i>staff</i> yang melayani dengan percaya diri	Pengetahuan mendalam

TABEL 3

Dapat dilihat pada Tabel 3, penulis menentukan technical response berdasarkan need statement yang sudah didapatkan sebelumnya. Berdasarkan need statement yang sudah diperoleh sebelumnya, pada tahap ini didapatkan technical response dari need statement tersebut. Setelah dilakukan identifikasi technical response pada need statement, kemudian dilakukan penentuan target spesifikasi dari masing-masing technical response yang dapat dilihat pada Tabel 4.

No	<i>Technical Response</i>	Nilai	Unit
1	Kurikulum pelatihan yang komprehensif	Yes/No	Binary
2	Mentor yang berpengalaman	Yes/No	Binary
3	Keterampilan komunikasi	Yes/No	Binary
4	Kepemimpinan	Yes/No	Binary
5	Kerja tim	Yes/No	Binary

6	Studi Kasus	Yes/No	Binary
7	Diskusi Kelompok	Yes/No	Binary
8	Simulasi	Yes/No	Binary
9	Manajemen waktu yang cermat	Yes/No	Binary
10	Strategi pemasaran	Yes/No	Binary
11	Promosi	Yes/No	Binary
12	Ruangan memiliki kapasitas yang cukup dan memiliki fasilitas <i>speaker</i> dan proyektor	1	Unit
13	Buku dan materi fisik	30	Unit
14	Evaluasi dampak secara berkala	Yes/No	Binary
15	Pengetahuan mendalam yang dimiliki <i>staff</i>	Yes/No	Binary

TABEL 4

4. Menentukan planning matrix

Langkah pertama yang dilakukan adalah menciptakan klein grid matrix dengan langkah awal yaitu menentukan bobot kinerja untuk kepentingan dan kepuasan melalui pembuatan kuesioner kepentingan dan kepuasan. Setelah menentukan bobot kinerja untuk setiap kategori, data diolah dengan cara menghitung rata-rata nilai WAP (Weight Average Performance) untuk masing-masing kategori, yang akan menghasilkan garis tengah pada sumbu X (kepentingan) dan sumbu Y (kepuasan). Pada tabel 5 dan tabel 6 berisi nilai bobot kinerja untuk kepentingan dan kepuasan bersama dengan garis tengah untuk masing-masing kategori.

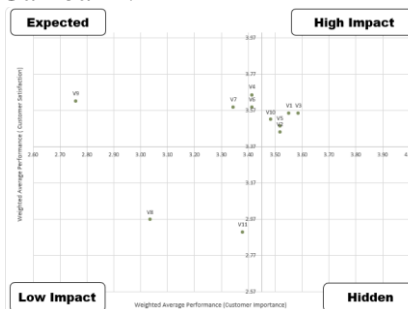
Weighted Average Performance (Customer Importance)										
V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11
3.53	3.50	3.60	3.40	3.53	3.43	3.37	3.07	2.80	3.47	3.37
Garis Tengah (X) :		3.37								

TABEL 5

Weighted Average Performance (Customer Importance)										
V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11
3.53	3.43	3.57	3.67	3.50	3.60	3.57	3.00	3.63	3.53	2.93
Garis Tengah (X) :		3.45								

TABEL 6

Setelah mendapatkan garis tengah dari masing-masing sumbu, diperoleh hasil klein grid matrix seperti pada Gambar 2.



Gambar 2

Variable	Expected	High Impact	Low Impact	Hidden
	V4	V1	V8	
	V6	V2	V11	
	V7	V3		
	V9	V5		
		V10		

TABEL 7

Dari Gambar 2, dapat disimpulkan bahwa atribut V4, V6, V7, V9 berada dalam kategori "expected" menandakan bahwa atribut tersebut harus terpenuhi. Atribut V1, V2, V3, V5, dan V10, termasuk dalam kategori "high impact" yang berarti bahwa pemenuhan atau ketidakpenuhan atribut tersebut akan memiliki dampak signifikan pada pelanggan. Sementara atribut V8 dan V11 masuk dalam kategori "low impact" yang mengindikasikan bahwa pemenuhan atau ketidakpenuhan atribut tersebut hanya memiliki dampak yang sangat kecil pada pelanggan. Tabel 7 menggambarkan klasifikasi kebutuhan pelanggan berdasarkan Klein Grid Matrix. Tahap selanjutnya adalah melakukan pembuatan planning matrix berdasarkan data yang terdapat Tabel 8 untuk menentukan nilai dari sales point.

No	Need Statement	Matriks Klein Grid	Importance to Customer	Customer Satisfaction Performance	Goal	Improvement Ratio	Sales Point	Raw Weight	Normalized Raw Weight
1	Pelatihan memiliki berbagai fokus permasalahan	HIM	3.55	3.55	3.55	1.00	1.5	5.33	0.11
2	Pelatihan memiliki mentor yang berpengalaman	HIM	3.52	3.45	3.48	1.01	1.5	5.33	0.11
3	Pelatihan dapat meningkatkan softskill peserta UMKM	HIM	3.59	3.55	3.57	1.00	1.5	5.41	0.11
4	Pelatihan dapat meningkatkan kapabilitas	EXP	3.41	3.66	3.53	0.97	1.2	3.96	0.08
5	Pelatihan yang interaktif	HIM	3.52	3.48	3.50	1.00	1.5	5.30	0.11
6	Pelatihan terlaksana sesuai jadwal	EXP	3.41	3.59	3.50	0.98	1.2	4.00	0.08
7	Pelatihan dapat memperluas jangkauan pelanggan	EXP	3.34	3.59	3.47	0.97	1.2	3.88	0.08
8	Pelatihan memiliki ruangan yang memadai	LIM	3.03	2.97	3.00	1.01	1	3.07	0.06

9	Pelatihan yang memberikan materi fisik	EXP	2.76	3.62	3.19	0.88	1.2	2.92	0.06
10	Pelatihan memiliki dampak yang positif	HIM	3.48	3.52	3.50	1.00	1.5	5.20	0.11
11	Pelatihan memiliki staff yang melayani dengan percaya diri	LIM	3.38	2.90	3.14	1.08	1	3.66	0.08
Total								48.05	1.00

TABEL 8

Dapat dilihat pada Tabel 8, nilai sales point didapatkan berdasarkan klasifikasi hasil klein grid matrix yang dimana V1, V2, V3, V5, dan V10 mendapatkan HIM (High Impact) mendapatkan nilai sales point sebesar 1,5 karena memiliki sales point yang kuat. Untuk V4, V6, V7, dan V9 mendapatkan EXP (Expected) dengan nilai sales point sebesar 1,2 dan untuk V8 dan V11 mendapatkan LIM (Lim Impat) dengan nilai sebesar 1. Untuk goal ditentukan oleh pengembang yang dimana mempertimbangkan kepuasan, kepentingan pelanggan dan klein grid matrix yang sudah dilakukan. Hasil akhir dari Tabel 8 adalah mendapatkan nilai normalized raw weight yang dimana merupakan persentase pembobotan dari atribut yang terdapat pada matrix kebutuhan konsumen yang digunakan dalam pembuatan HOQ. Pada tahap ini, dilakukan evaluasi prioritas dari technical response dengan menggunakan House of Quality (HOQ). Langkah pertama yang dilakukan adalah menetapkan korelasi antara pernyataan need statement dengan technical response. Pada Tabel 9 memberikan penjelasan mengenai dan relasi antara atribut need statement dan technical response. Dengan menggunakan bobot tersebut, dapat dilakukan identifikasi hubungan seperti pada Tabel 9.

Keterangan Angka	Hubungan
9	Kuat
3	Sedang
1	Lemah
0	Tidak Ada

TABEL 9

5. Menentukan HOQ

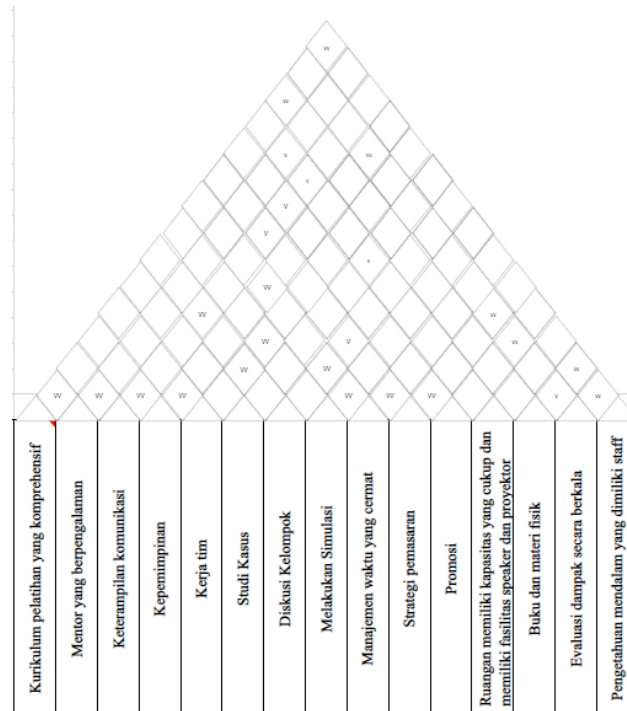
Need	Metric																			
		Kurikulum pelatihan yang komprehensif																		
		Mentor yang berpengalaman																		
		Keterampilan komunikasi																		
		Kepemimpinan																		
		Kerja tim																		
		Studi Kasus																		
		Diskusi Kelompok																		
		Melakukan Simulasi																		
		Manajemen waktu yang cermat																		
		Strategi pemasaran																		
		Promosi																		
		Ruangan memiliki kapasitas yang cukup dan memiliki fasilitas pendukung dan perawatan																		
	Buku dan materi fisik																			
	Evaluasi dampak secara berkala																			
	Pengetahuan mendalam yang dimiliki staff																			

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Pelatihan memiliki berbagai fokus permasalahan	9	9				3	1						3		1
Pelatihan memiliki mentor yang berpengalaman	3	9				1							3	3	3
Pelatihan dapat meningkatkan softskill peserta UMKM			9	9	9		1		3	3	3				3
Pelatihan dapat meningkatkan kapabilitas				9	3			1	1						3
Pelatihan yang interaktif			3		3	9	9	9		1				3	
Pelatihan terlaksana sesuai jadwal		3						3	9						
Pelatihan dapat memperluas jangkauan pelanggan		3								9	9				
Pelatihan memiliki ruangan yang memadai												9			
Pelatihan yang memberikan materi fisik	3	3									1		9		
Pelatihan memiliki dampak yang positif			3		3				3					9	3
Pelatihan memiliki staff yang melayani dengan percaya diri			3								1				9

TABEL 10

Simbol	Hubungan	Keterangan
vv	<i>Strong Positive Impact</i>	Hubungan kuat dan positif
v	<i>Moderate Positive Impact</i>	Hubungan sedang dan positif
(Kosong)	<i>No Impact</i>	Tidak ada hubungan
x	<i>Moderate Negative Impact</i>	Hubungan sedang dan negative
xx	<i>Strong Negative Impact</i>	Hubungan kuat dan negatif

TABEL 11



GAMBAR 3

Setelah mengidentifikasi hubungan antara metric yang terletak di bagian atas House of Quality (HOQ), langkah selanjutnya adalah menghitung prioritas dengan mengestimasi nilai normalized raw weight. Hasil perhitungan prioritas menggunakan HOQ terdokumentasikan dalam Tabel 10. Dari hasil ini, metric diberi peringkat berdasarkan nilai normalized raw weight, dengan urutan dari yang terbesar hingga yang terkecil. Rangkaing yang lebih rinci dapat ditemukan dalam Tabel 12, di mana mentor yang berpengalaman memiliki nilai dan peringkat yang paling tinggi, sehingga technical response tersebut harus menjadi prioritas utama.

	Kurikulum pelatihan yang komprehensif	Mentor yang berpengalaman	Keterampilan komunikasi	Kepemimpinan	Kerja tim	Studi Kasus	Diskusi Kelompok	Melakukan Simulasi	Manajemen waktu yang cermat	Strategi pemasaran	Promosi	Ruang memiliki kapasitas yang cukup dan memiliki fasilitas speaker dan proyektor	Buku dan materi fisik	Evaluasi dampak secara berkala	Pengetahuan mendalam yang dimiliki staff
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Unit	Yes /No	Yes /No	Yes /No	Yes /No	Yes /No	Yes /No	Yes /No	Yes /No	Yes /No	Yes /No	Yes /No	30	Yes /No	Yes /No	Yes /No
Raw Weight	1.5	2.7	1.9	1.8	1.9	1.4	1.2	1.3	1.5	1.2	1.2	0.6	1.2	1.6	2.0

Normalized Raw Weight	0.07	0.12	0.08	0.08	0.08	0.06	0.05	0.06	0.06	0.05	0.05	0.03	0.05	0.07	0.09
Ranking	7	1	4	5	3	9	11	10	8	14	13	15	12	6	2

TABEL 12

B. Hasil Perancangan

Setelah dilakukan penilaian kebutuhan dan kepentingan menggunakan kuesioner, didapatkan hasil berupa need statement. Selanjutnya yaitu menentukan technical responses dengan cara menganalisis hasil dari need statement. Setelah itu, dilakukan penentuan planning matrix yaitu hasil data kuantitatif antara need statement dengan technical responses. Setelah semua data berhasil dikumpulkan, selanjutnya yaitu menentukan House Of Quality (HOQ).

Pada tahap ini, akan dilakukan target matrix, yaitu penilaian berdasarkan nilai kontribusi masing masing technical responses dan mendapatkan hasil perankingan yang menunjukkan prioritas dari technical response tersebut. Perankingan technical response yang didapatkan dari HOQ tersebut selanjutnya diubah menjadi sebuah pertanyaan yang dituangkan ke dalam kuesioner. Kuesioner tersebut nantinya akan digunakan sebagai alat yang dapat mengukur pencapaian kebutuhan pelanggan sebelumnya.

1. Form Kuesioner Kepuasan Pelanggan

Kuesioner yang dirancang terdiri dari lima belas pertanyaan yang dapat mengukur customer needs dan memenuhi dimensi kualitas pelayanan jasa.

Ranking	Atribut	Atribut Pertanyaan	Penilaian			
			1	2	3	4
1	P1	Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap mentor pelatihan yang berpengalaman?				
2	P2	Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap pengetahuan mendalam yang dimiliki oleh para <i>staff</i> ?				
3	P3	Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap kemampuan Anda dalam bekerja dalam tim setelah pelatihan ini?				
4	P4	Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap keterampilan komunikasi yang Anda peroleh selama pelatihan ini?				
5	P5	Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap				

		pengembangan kepemimpinan Anda selama pelatihan ini?				
6	P6	Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap evaluasi dampak secara berkala dalam mengukur kemajuan Anda?				
7	P7	Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap kurikulum pelatihan yang komprehensif?				
8	P8	Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap manajemen waktu dari pelaksanaan pelatihan?				
9	P9	Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap penggunaan studi kasus dalam pembelajaran?				
10	P10	Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap simulasi yang dilakukan selama pelatihan?				
11	P11	Bagaimana kepuasan Anda terhadap kegiatan diskusi kelompok terhadap pemahaman Anda?				
12	P12	Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap buku dan materi fisik yang diberikan selama pelatihan?				
13	P13	Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap upaya promosi dalam pelatihan ini?				
14	P14	Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap inskulasi strategi pemasaran dalam pelatihan ini?				
15	P15	Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap kapasitas dan fasilitas				

		<i>speaker</i> dan proyektor di ruang pelatihan?				
--	--	--	--	--	--	--

TABEL 13

Setelah itu dilakukan pengujian terhadap kuesioner yang sudah dirancang. Pengujian yang dilakukan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Tujuan dari pengujian kuesioner ini adalah untuk mengetahui apakah kuesioner yang telah dirancang dinyatakan valid dan reliable yang digunakan sebagai alat ukur. Pengujian validitas kuesioner dilakukan berdasarkan data hasil survei kepuasan pelanggan terhadap 30 responden. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan software SPSS (Statistical Product and Service Solutions). Hasil dari uji validitas tersebut terdokumentasikan pada Gambar 4.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	45,2333	46,254	,827	,957
P2	45,0667	47,720	,473	,965
P3	45,1333	45,361	,849	,956
P4	45,1000	46,783	,721	,959
P5	45,1000	46,921	,630	,961
P6	45,1333	45,292	,780	,958
P7	45,0000	45,517	,834	,957
P8	45,0333	45,689	,828	,957
P9	45,1000	46,162	,806	,957
P10	45,2000	46,924	,796	,958
P11	45,1000	46,714	,834	,957
P12	45,1000	44,921	,882	,956
P13	45,1333	45,085	,885	,956
P14	45,2000	45,959	,746	,959
P15	45,0333	45,413	,783	,958

GAMBAR 4

Gambar 4 menggambarkan output yang diperoleh dari uji validitas total item terkoreksi menggunakan perangkat lunak SPSS. Setiap instrumen menunjukkan nilai validitas yang berbeda dan menunjukkan bahwa r hitung $>$ r tabel sehingga dinyatakan valid. Setelah itu, dilakukan pengumpulan data kembali pada waktu yang berbeda untuk dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan uji test-retest menggunakan software SPSS (Statistical Product and Service Solutions). Hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS dapat dilihat pada Gambar 5.

Correlations

		T1	T2
T1	Pearson Correlation	1	,967**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	30	30
T2	Pearson Correlation	,967**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

GAMBAR 5

Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas yang telah dilakukan, maka didapatkan hasil bahwa reliabel.

Uji Validitas		Uji Reliabilitas
Validitas Min	Validitas Max	0.967
0.473	0.885	

TABEL 14

2. SOP Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Setelah dilakukannya perancangan alat ukur berupa kuesioner kepuasan pelanggan yang dapat mengukur customer needs dan memenuhi dimensi kualitas pelayanan jasa, maka dilakukan pendokumentasian proses menjadi SOP. Dengan dilakukannya perancangan SOP ini untuk memenuhi requirement ISO 9001:2015 klausul 9.1.2, dimana diperlukannya informasi terdokumentasi untuk setiap proses yang memiliki hubungan dengan mutu.

CONCLUSION

Setelah diterapkannya metode QFD, dapat diketahui bahwa kebutuhan pelanggan terhadap pelatihan di RB Bandung yaitu pelatihan memiliki berbagai fokus permasalahan, pelatihan memiliki mentor yang berpengalaman, pelatihan dapat meningkatkan softskill peserta, pelatihan dapat meningkatkan kapabilitas peserta, pelatihan yang interaktif, pelatihan terlaksana sesuai jadwal, pelatihan dapat memperluas jangkauan pelanggan, pelatihan yang memberikan materi fisik, pelatihan memiliki berbagai dampak positif dan pelatihan memiliki staff yang melayani dengan percaya diri dengan prioritas nomor 1 adalah pelatihan memiliki mentor yang berpengalaman. Kebutuhan pelanggan tersebut kemudian dijadikan sebagai instrument didalam kuesioner untuk mengukur pencapaian kebutuhan pelanggan tersebut. Kemudian kuesioner diuji validitas dengan teknik Corrected Item-Total Correlation menggunakan software SPSS, alat ukur berupa kuesioner dinyatakan valid dengan nilai r hitung minimum sebesar 0.473 dan nilai r hitung maksimum sebesar 0.885. Dilakukan juga uji reliabilitas dengan teknik test re-test menggunakan software SPSS dengan nilai yang didapat sebesar 0.967 yang berarti alat ukur reliabel.

REFERENCES

- Al Farisi Salman. "Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat." *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, volume 9., pp. 73-84, 2021.
- Budi Setiyono. "Model dan Desain Negara Kesejahteraan". K. Irwan, Bandung: Nuansa Cendekia, 2019, pp. 238-239.
- Diah Chaerani. "Pemetaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Analisis Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan." *Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*, volume 9., pp. 275-282, 2020.
- Nadia Afrilliana. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang." *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM.*, pp. 46-55, 2020

- Dian Ari Nugroho. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Mediator." *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, volume 1., pp. 376-383, 2022.
- E. Ashraf. "Service Quality and Customer Satisfaction: A Comparison between Public and Private Sector Banks In Kerala". *International Journal of Reseach and Analytical Reviews*, volume 5., pp. 567-572, 2018.
- Jaka Atmaja. "Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas pada Bank BJB." *Jurnal Ecodemica*, volume 2., pp. 49-63, 2018.
- Laurentius Randy. "Perencanaan dan Implementasi ISO 9001:2015 pada Perusahaan PT. Cahya Citra Alumnindo." *Jurnal Titra*, volume 8., pp. 81-88, 2020.
- Al Hasin. "Analisis Efektivitas Penerapan Standard Operating Procedure (SOP) pada Departemen Community & AcDEMY run System (PT Global Sukses Solusi Tbk)". *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, volume 1., pp. 58-75, 2022.
- Rizka Lestari. "Analisis Pengembangan Pelayanan Jasa TV Kabel Menggunakan Metode Quality Function Deployment". *Jurnal Integrasi Sistem Industri*, volume 7., pp. 58-63, 2020.
- Tugiman. "Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Model Utaut untuk Evaluasi Sistem Pendaftaran Online Rumah Sakit". *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, volume 9., pp. 1621-1630, 2022.
- Dyah Budiastuti. "Validitas dan Reliabilitas Penelitian". *Bandur, Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media*, 2018, pp. 149-169