

Perancangan Peningkatan Kualitas Jasa Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) Fotografi

Irfan Nabhani^{1*}, Hilmi Aulawi², Bilal Ahmad Dzulfikar³

¹Universitas Garut, Indonesia

^{2,3}Institut Teknologi Garut, Indonesia

*email: irfan.nabhani@uniga.ac.id

Info Artikel

Dikirim: 25 Agustus 2023

Diterima: 3 Oktober 2023

Diterbitkan: 20 Mei 2024

Kata kunci:

Kepuasan Pelanggan;

QFD;

Service Quality;

Peningkatan Kualitas.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas jasa pada UMKM di industri fotografi. Industri kreatif, termasuk subsektor fotografi, telah mengalami pertumbuhan yang pesat di Indonesia. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan kualitas jasa dalam industri ini meningkatkan daya saing dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode *Quality Function Deployment* dan *Service Quality* untuk menganalisis dan memahami kebutuhan pelanggan, QFD digunakan sebagai alat yang memungkinkan identifikasi atribut yang harus ditingkatkan dan menentukan prioritas perbaikan. Metode *Service Quality* digunakan untuk mengukur gap antara harapan dan kinerja saat dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan pada kualitas layanan X Photography belum dapat terpenuhi, hal ini dibuktikan dengan isi jawaban pada kuesioner yang dibagikan kepada responden menggunakan metode *Servqual*. Didapatkan tiga atribut kualitas pelayanan yang perlu diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan berdasarkan hasil klasifikasi adalah sebagai berikut: penyelesaian hasil foto tepat waktu, karyawan menangani pertanyaan dan permintaan pelanggan dengan ramah dan jelas, dan prasarana yang nyaman, aman dan menarik. Tindakan untuk memperbaiki kualitas pelayanan berdasarkan kebutuhan untuk meminimalisir ketidakpuasan terhadap atribut prioritas perbaikan dengan melakukan perbaikan diantaranya merubah aturan manajemen perusahaan, mengurangi over order, menambah karyawan untuk posisi tertentu, meningkatkan penerapan sop, dan menambah konsep.

1. PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif menjadi harapan bagi Indonesia dalam konteks perekonomian saat ini. Keberhasilan ini dipicu oleh nilai tambah yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi kreatif, yang pada gilirannya meningkatkan daya saing negara. Dalam konteks ini, munculnya startup membuka peluang yang menjanjikan bagi para pengusaha yang memiliki potensi yang baik [1] [2]. Di Indonesia, subsektor-subsektor ekonomi kreatif mengalami pertumbuhan yang pesat, termasuk kuliner, fashion, kriya, dan salah satunya adalah subsektor Fotografi. Subsektor Fotografi menjadi sangat diminati oleh para fotografer profesional dalam ranah ekonomi kreatif karena tuntutan zaman (Hidayat et al., 2022) Perkembangan industri fotografi saat ini terus berlangsung dengan cepat seiring dengan kemunculan teknologi foto baru yang terus berkembang [3] [2]. Fotografi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia karena menjadi salah satu kebutuhan penting, baik sebagai sarana komunikasi, media promosi, penyimpanan informasi, maupun dokumentasi [4]. Perkembangan bisnis/usaha di sektor Fotografi dari tahun ketahun mengalami peningkatan yang cukup signifikan, per tahun

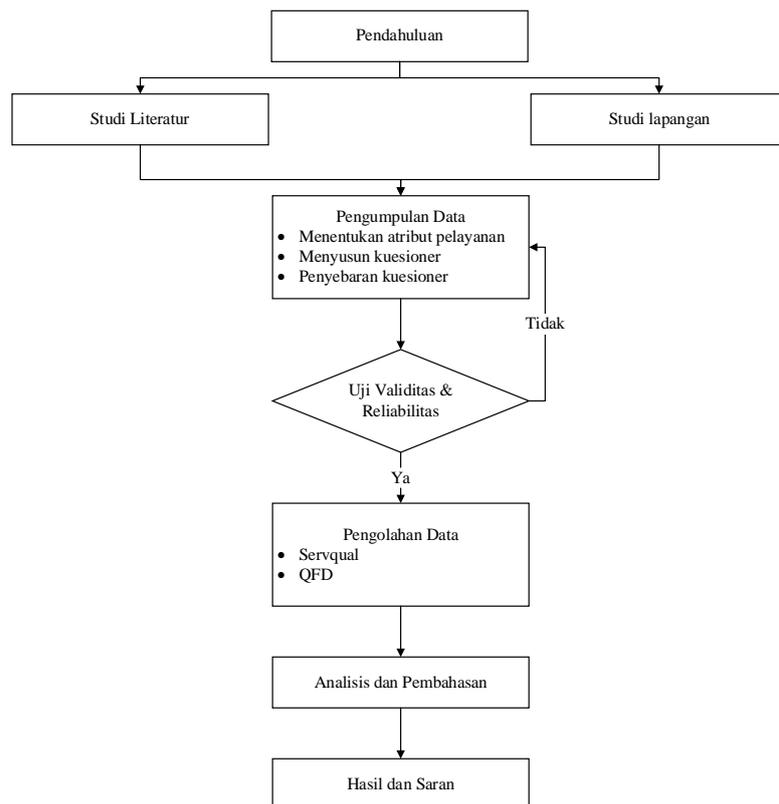
2016 presentase usaha kreatif di sector fotografi adalah sebesar 0,45 persen, dan angka tersebut masih akan meningkat ditahun-tahun berikutnya [5]. Banyak dari photographer di Indonesia merasa tertarik untuk membangun bisnis/usaha di sektor fotografi, karena melihat peluang yang cukup besar [1] [2]. Salah satu penyedia jasa fotografi di Garut adalah X *Photography*. X *Photography* menyediakan jasa untuk foto prewed dan wedding, ada juga foto kelompok/group dan juga sesi foto wisuda. Selain melayani permintaan jasa di sekitar kota Garut X *Photography* setiap bulannya mempunyai perbedaan penjualan. Dari bulan Januari hingga Desember mengalami penurunan dan kenaikan dalam hal permintaan layanan jasa X *Photography*, disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya banyaknya pertumbuhan pesaing dalam bidang tersebut.

Dalam menghadapi persaingan dan mencapai kemajuan bisnis di industri fotografi, perusahaan harus mampu menyediakan layanan yang sesuai dengan harapan konsumennya [6]. [7] Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan pada gilirannya akan memberikan dasar yang baik bagi pengguna jasa yang berulang, mendorong terciptanya loyalitas pelanggan. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. serta memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan [8]. [9] Kualitas layanan juga merupakan bagian utama yang mempengaruhi peningkatan hasil usaha [10]. Menganalisis dan mengukur faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan perusahaan merupakan langkah penting dalam meningkatkan kualitasnya. Evaluasi persepsi pelanggan memiliki nilai penting dalam mengidentifikasi kriteria dan aspek yang perlu diperhatikan guna mendorong inovasi, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan meningkatkan profitabilitas bisnis di masa mendatang [11] [11]. Untuk mengukur pengukuran kualitas jasa dapat dilakukan dengan identifikasi kualitas jasa pelayanan dengan metode *Service Quality (Servqual)* dengan mengkaji penilaian dan harapan konsumen terhadap jasa yang telah diberikan. *Servqual* dilakukan dengan menggunakan pendekatan *user-based-approach* yaitu mengukur kualitas jasa secara kuantitatif dalam bentuk kuesioner dengan menggunakan dimensi-dimensi kualitas jasa [12] [12]. [13] Kesenjangan antara persepsi dan harapan pelanggan dapat diukur dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)* [13]. Dalam penelitian tersebut, QFD digunakan untuk mengevaluasi perbedaan antara apa yang diharapkan oleh pelanggan dan apa yang ditawarkan oleh perusahaan. QFD juga diidentifikasi sebagai suatu praktik yang dapat membantu perusahaan jasa dalam mengembangkan strategi peningkatan kualitas layanan melalui proses perbaikan [14]. Dalam penelitian [15] mengenai kualitas pelayanan menunjukkan bahwa setelah dilakukan identifikasi menggunakan kuesioner tertutup dengan QFD, ditemukan bahwa persepsi konsumen mendukung perlunya melakukan desain ulang pada produk yang dihasilkan. Penelitian [16] yang menggunakan metode *Servqual* dan QFD untuk perbaikan kualitas, ditemukan 20 respon teknis yang dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam penelitian [14] menggunakan metode QFD dan menghasilkan enam strategi prioritas yang direkomendasikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Dalam penelitian Nugroho dengan menggunakan metode *Servqual* menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memuaskan dan kurang memuaskan dapat diidentifikasi. Selain itu, juga diberikan solusi perbaikan untuk faktor-faktor yang kurang memuaskan [17].

Berdasarkan hal tersebut, *Servqual* dan QFD relevan dengan tujuan penelitian yang dilakukan karena dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan serta memberikan strategi pengembangan atau perbaikan agar perusahaan dapat terus bertahan ditengah perkembangan industri ini.

2. METODE PENELITIAN

Metodelogi penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdiri dari beberapa tahapan penelitian, diantaranya yaitu sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Penentuan ukuran sampel pada penelitian ini menggunakan metode Sensus yaitu pengambilan sampel yang setahun kebelakang dan telah memesan jasa *X Photography*, Penelitian ini menegaskan upaya untuk mengaplikasikan model *Servqual* dengan dimensi *RATER* untuk mengetahui tingkat layanan yang diberikan oleh *X Photography*. Pada Tabel 1 disajikan variabel yang digunakan berdasarkan pada indikator dimensi *Servqual*:

Tabel 1. Indikator Dimensi

Dimensi	Indikator
<i>Responsiveness</i> (Responsif) Kemampuan fotografer untuk merespons kebutuhan dan keinginan pelanggan secara cepat dan efektif.	R1 Kecepatan dalam menghubungi pelanggan
	R2 Karyawan menangani pertanyaan dan permintaan pelanggan dengan ramah dan jelas
	R3 Ketepatan dalam menyelesaikan sesi foto
<i>Assurance</i> (Kepercayaan) Kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap kemampuan fotografer untuk memberikan layanan yang berkualitas.	A1 Karyawan memiliki sertifikasi dan pengalaman yang relevan
	A2 Peralatan yang digunakan mutakhir
	A3 Foto yang dihasilkan berkualitas
<i>Tangibles</i> (Bukti fisik) Penampilan fisik dari fotografer dan peralatan yang digunakan untuk memberikan layanan fotografi.	T1 Alat dan Bahan yang digunakan memadai
	T2 Menjaga penampilan diri yang profesional
	T3 Prasarana yang nyaman, aman, dan menarik
<i>Empathy</i> (Empati) Kemampuan fotografer untuk memahami dan merespon emosi dan kebutuhan pelanggan.	E1 Karyawan memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan
	E2 Karyawan Memberikan saran atau ide kreatif sesuai dengan karakteristik dan keinginan pelanggan

Dimensi	Indikator
Reliability (Keandalan) Kemampuan fotografer untuk memberikan layanan fotografi yang konsisten dan dapat diandalkan.	E3 Menciptakan suasana yang santai dan menyenangkan dalam sesi foto
	RE1 Penyelesaian pemesanan tepat waktu
	RE2 Hasil yang diberikan sesuai keinginan
	RE3 Menjamin privasi dan keamanan data pelanggan

Setelah dilakukan proses pengumpulan data kuesioner maka selanjutnya menghitung validitas dan reabilitas.

- 1) Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner Rumus yang digunakan untuk menghitung Validitas data adalah sebagai berikut.

$$r_{xy} = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n(\sum x_i^2) - (\sum x_i)^2)(n(\sum y_i^2) - (\sum y_i)^2)}} \quad (1)$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi *Product Moment*

n = jumlah responden

x_i = skor setiap item pada instrumen

y_i = skor setiap item pada kriteria

r_{hitung} juga dapat dihitung menggunakan *software SPSS for Windows*

Jika nilai r hitung \geq r tabel maka item dinyatakan valid. Begitupun dengan sebaliknya, apabila r hitung \leq r tabel maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

- 2) Reliabilitas adalah salah satu cara mengukur sebuah kuesioner yang terdiri dari indikator dari sebuah peubah ataupun konstruk, penelitian juga dianggap reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,70$ dan apabila nilai Cronbach Alpha's $< 0,70$ penelitian tersebut dianggap kurang reliabel. Adapun rumus untuk menghitung Reabilitas adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum AB) - (\sum A)(\sum B)}{\sqrt{((n\sum A^2) - (\sum A)^2)(n(\sum B^2) - (\sum B)^2)}} \quad (2)$$

Dimana:

r = koefisien korelasi

n = banyaknya responden

A = skor item pertanyaan ganjil

B = skor pertanyaan genap

Setelah menghitung validitas dan reliabilitas maka proses selanjutnya adalah melakukan pengolahan kuesioner, berikut adalah langkah langkah pengolahan data yang akan dilakukan dalam penelitian ini :

- 1) Perhitungan *servqual* atau *service quality* yang diantaranya:
 - a. Perhitungan nilai ekspektasi konsumen
 - b. Perhitungan nilai kinerja perusahaan atau kepuasan konsumen terhadap pelayanan selama ini
 - c. Perhitungan *Servqual Score*
 - d. Perhitungan nilai kualitas pelayanan actual
- 2) Melakukan analisis *Quality Function Deployment* (QFD) dengan *house of quality* (HOQ).

Pada tahap selanjutnya Pada tahap ini dilakukann analisis dan pembahasan hasil pengolahan data metode *Servqual*, dan penyusunan rumah kualitas (HOQ). Hasil dari penyusunan rumah kualitas adalah berupa prioritas respon teknis yang sudah dihubungkan dengan kebutuhan pelanggan (*customer need*) sehingga hasil prioritas tersebut dapat digunakan sebagai langkah membuat usulan peningkatan kualitas pelayanan di X *Photography*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan data terdiri dari beberapa pembahasan data, diantaranya yaitu pembahasan data Servqual, penyusunan QFD, Matriks Korelasi dan usulan perbaikan.

3.1 Perhitungan Servqual

- 1) Perhitungan Nilai gap harapan dan dirasakan konsumen

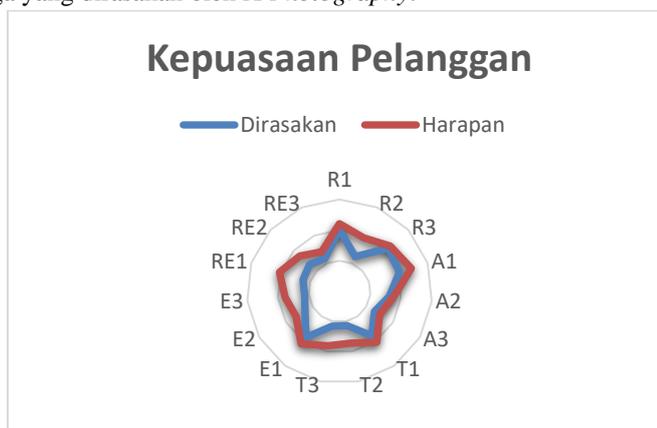
Berikut contoh untuk menghitung nilai kesenjangan (*gap*) antara layanan yang diharapkan dan dirasakan $Servqual\ Score = \bar{X}_1 - \bar{Y}_1 = 4,03 - 4,11 = -0,08$

Dengan menggunakan rumus tersebut, kemudian nilai-nilai atau *score* dari setiap atribut kepuasan dan atribut ekspektasi yang sudah ada dan diolah maka didapatkan hasil seperti pada Tabel 2.

Tabel 2. Nilai *gap*

Kode atribut	Atribut	Dirasakan	Harapan	Gap	Keterangan
R1	Kecepatan menghubungi pelanggan	4,01	4,11	-0,09	Kurang Puas
R2	Menangani pertanyaan	3,62	3,96	-0,34	Kurang Puas
R3	Tepat Menyelesaikan foto	4,05	4,11	-0,05	Kurang Puas
Rata - Rata		3,89	4,06	-0,16	
A1	Memiliki sertifikasi	4,02	4,22	-0,20	Kurang Puas
A2	Peralatan Mutakhir	3,81	3,87	-0,06	Kurang Puas
A3	Foto Berkualitas	3,65	3,75	-0,09	Kurang Puas
Rata - Rata		3,83	3,95	-0,12	
T1	Alat yang memadai	3,89	4,02	-0,13	Kurang Puas
T2	Menjaga penampilan	3,57	3,86	-0,29	Kurang Puas
T3	Prasarana yang nyaman	3,58	3,91	-0,33	Kurang Puas
Rata - Rata		3,68	3,93	-0,25	
E1	Memahami kebutuhan pelanggan	3,93	4,05	-0,13	Kurang Puas
E2	Memberikan Ide	3,64	3,81	-0,17	Kurang Puas
E3	Menciptakan suasana yang nyaman	3,57	3,88	-0,32	Kurang Puas
Rata - Rata		3,71	3,92	-0,20	
RE1	Penyelesaian tepat waktu	3,62	4,02	-0,40	Kurang Puas
RE2	Hasil sesuai keinginan	3,65	3,86	-0,21	Kurang Puas
RE3	Menjamin Privasi	3,59	3,71	-0,12	Kurang Puas
Rata -Rata		3,62	3,86	-0,24	

Pada Gambar 2 disajikan Diagram Radar (*Spider Plot*) untuk indeks Kepuasan pelanggan yang diharapkan dan juga yang dirasakan oleh X *Photography*.



Gambar 2. Diagram Radar

Berdasarkan Tabel 2 perhitungan *servqual score* dan Gambar 2, diketahui kesenjangan (*gap*) dari masing-masing atribut pelayanan yang ada. Tahapan selanjutnya setelah diketahui nilai dari

kesenjangan masing-masing atribut, kemudian dilakukan prioritas terhadap setiap atribut pelayanan.

2) Perhitungan nilai kualitas pelayanan aktual

Berikut merupakan contoh perhitungan nilai kualitas pelayanan aktual:

$$Tk_1 = \frac{\sum X_1}{\sum Y_1} \times 100\% = \frac{383}{386} \times 100\% = 99\%$$

Tabel 3. Nilai kualitas aktual

Atribut	Dirasakan	Harapan	Tki
R1	381	390	98%
R2	344	376	91%
R3	385	390	99%
A1	382	401	95%
A2	362	368	98%
A3	347	356	97%
T1	370	382	97%
T2	339	367	92%
T3	340	371	92%
E1	373	385	97%
E2	346	362	96%
E3	339	369	92%
RE1	344	382	90%
RE2	347	367	95%
RE3	341	352	97%
Total	5340	5618	95%

Tabel 3 adalah tabel yang menggambarkan nilai dari tingkat kepuasan konsumen X *Photography* dibandingkan dengan nilai harapan atau ekspektasi yang selama ini diharapkan oleh para konsumen terhadap perusahaan. Didalam tabel tersebut terlihat bahwa selama ini kinerja perusahaan telah mampu memberikan kepuasan sebesar rata-rata 95% dari yang diharapkan atau diekspektasikan oleh para konsumennya. Namun masih ada beberapa kinerja yang kurang memuaskan pelanggan dan berharap kinerja akan terus meningkat.

3.2 Penyusunan *Quality Function Deployment* (QFD)

Setelah menentukan *gap* menggunakan *servqual*, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis QFD. Salah satu teknik dalam menganalisis QFD menggunakan House of Quality (HOQ). Dalam pembuatannya house of quality terdiri dari beberapa langkah, adapun beberapa langkah diantaranya adalah sebagai berikut.

1) Penentuan Atribut Keinginan Konsumen (*Customer Requirement*)

Berdasarkan perhitungan *Servqual* terdapat tiga atribut yang akan digunakan sebagai *Customer Needs* pada *House of Quality*, yaitu atribut kualitas pelayanan yang memiliki *gap* terbesar antara lain:

- a. Penyelesaian hasil foto tepat waktu
- b. Karyawan menangani pertanyaan dan permintaan pelanggan dengan ramah dan jelas
- c. Prasarana yang nyaman, aman, dan menarik

2) *Importance Rating*

Setelah mengetahui atribut kualitas yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan, maka selanjutnya mencari nilai *importance rating* untuk setiap atribut. Nilai *importance rating* di dapat dari nilai rata-rata harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Nilai *Importance Rating* disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Nilai *Importance Rating*

No	Atribut	1	2	3	4	5	IR
1	RE1	0	0	20	53	22	4,02
2	R2	0	1	29	38	27	3,96
3	T3	0	1	24	53	17	3,91

3) Menentukan Tujuan (*Goal*)

Manajemen menentukan nilai target untuk setiap atribut pelayanan. Penilaian konsumen terhadap kinerja perusahaan dapat digunakan sebagai acuan dalam menetapkan nilai target atribut pelayanan tersebut. Nilai tujuan ini sejalan dengan skala penilaian yang digunakan dalam kuesioner, yaitu skala penilaian 1-5, dan ditentukan melalui pertimbangan yang beragam. Tabel 5 berikut ini menampilkan setiap atribut pelayanan dicapai oleh perusahaan.

Tabel 5. Nilai Tujuan (*Goal*) Internal Perusahaan

	Indikator	Goal
R1	Kecepatan dalam menghubungi pelanggan	4
R2	Karyawan menangani pertanyaan dan permintaan pelanggan dengan ramah dan jelas	4
R3	Ketepatan dalam menyelesaikan sesi foto	5
A1	Karyawan memiliki sertifikasi dan pengalaman yang relevan	4
A2	Peralatan yang digunakan mutakhir	4
A3	Foto yang dihasilkan berkualitas	5
T1	Alat dan Bahan yang digunakan memadai	4
T2	Menjaga penampilan diri yang profesional	4
T3	Prasarana yang nyaman, aman, dan menarik	4
E1	Karyawan memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan	5
E2	Karyawan Memberikan saran atau ide kreatif sesuai dengan karakteristik dan keinginan pelanggan	5
E3	Menciptakan suasana yang santai dan menyenangkan dalam sesi foto	4
RE1	Penyelesaian pemesanan tepat waktu	5
RE2	Hasil yang diberikan sesuai keinginan	5
RE3	Menjamin privasi dan keamanan data pelanggan	4

4) Menentukan Titik Penjualan (*Sales Point*)

Sales Point adalah keinginan perusahaan yang memiliki pengaruh terhadap daya saing dalam upaya pemasaran. Simbol yang digunakan untuk *Sales Point* adalah nilai yang lebih besar dari satu (1), seperti 1,2 dan 1,5. Salah satu cara yang dapat membantu perusahaan dalam menentukan desain untuk memenuhi kebutuhan pelanggan adalah dengan memanfaatkan QFD.

Tabel 6. Titik Penjualan

	Indikator	Sales Point
R2	Karyawan menangani pertanyaan dan permintaan pelanggan dengan ramah dan jelas	1,2
T3	Prasarana yang nyaman, aman, dan menarik	1,2
RE1	Penyelesaian pemesanan tepat waktu	1,5

5) Perhitungan *Improvement Ratio*

Berdasarkan perhitungan nilai *Improvement Ratio* dengan rumus $\frac{Goal}{Kinerja}$ maka didapatkan hasil yang disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Nilai *Improvement Ratio*

Atribut	Goal	Kinerja	Improvement Ratio
RE1	5	3,62	1,38
R2	4	3,62	1,10
T3	4	3,58	1,12

6) Menentukan Nilai Bobot Baris (*Raw Weight*)

Besarnya bobot baris dapat menunjukkan tingkat prioritas dalam mengambil tindakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Kebutuhan konsumen yang memiliki bobot baris yang lebih besar akan mendapatkan prioritas pertama dalam melakukan perbaikan kualitas pelayanan dan hal-hal yang terkait dengan pelayanan tersebut. Nilai bobot baris dapat ditentukan sebagai berikut:

$$Row\ Weight\ (RW) = Importance\ Rating\ (IR) \times Sales\ Point\ (SP)$$

$$\times Improvement\ Ratio\ (ir)$$

$$Row\ Weight\ (RW) = 4,02 \times 1,5 \times 1,38 = 8,33$$

$$Normalized\ Row\ Weight = \frac{RW}{\sum RW} = \frac{-0,089}{-5,810} = 0,015$$

Tabel 8. Nilai row weight

Aribut	IR	SP	ir	RW	NRW
RE1	4,02	1,5	1,38	8,33	0,41
R2	3,96	1,5	1,10	6,56	0,33
T3	3,91	1,2	1,12	5,24	0,26

7) *Relationship*

Penentuan matriks relasi atau *relationship matrix* bertujuan untuk memahami sejauh mana respons teknis yang telah dilakukan oleh perusahaan dapat memenuhi dan meningkatkan setiap atribut pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen. Penentuan matriks relasi antara aspek teknis dan atribut pelayanan dilakukan oleh perusahaan berdasarkan diskusi yang telah dilakukan. Hubungan antara *Technical Requirement* dengan *Customer Needs* dapat dilihat pada Tabel 9 berikut.

Tabel 9. Relationship Matrix

	Merubah aturan manajemen perusahaan	Mengurangi over order	Menambah karyawan untuk posisi tertentu	Meningkatkan penerapan SOP	Memperbaiki layout tempat	Menambah konsep
Penyelesaian hasil foto tepat waktu	●	●	●	Δ		
Karyawan menangani pertanyaan dan permintaan pelanggan dengan ramah dan jelas	Δ	○	●	○		
Prasarana yang nyaman, aman, dan menarik				Δ	●	●

8) Perhitungan Nilai Bobot Aspek Teknikal

Perhitungan bobot nilai aspek teknis merupakan proses untuk menentukan aspek teknis yang memiliki pengaruh dan kepentingan yang tinggi serta harus menjadi prioritas bagi perusahaan dalam usaha meningkatkan kualitas layanan yang ada saat ini.

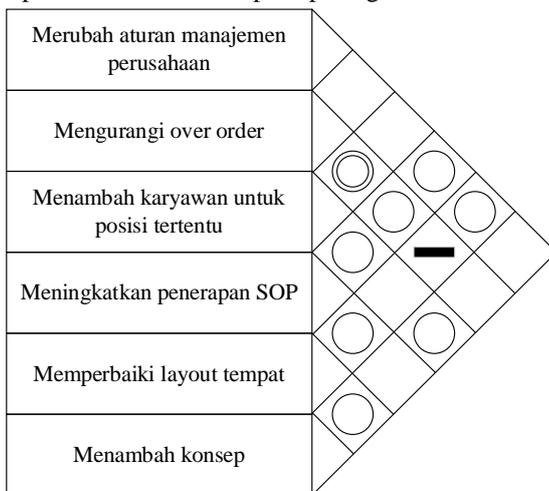
$$Bobot\ kolom = \sum (Importance\ rating \times nilai\ relationship)$$

Tabel 10. Disajikan Hasil Untuk Bobot Aspek Teknikal

	Merubah aturan manajemen perusahaan	Mengurangi over order	Menambah karyawan untuk posisi tertentu	Meningkatkan penerapan SOP	Memperbaiki layout tempat	Menambah konsep	IR
RE1	9	9	9	3			4,02
R2	3	1	9	3			3,96
T3				3	9	9	3,91
Absolute Importance	48,06	40,15	71,81	35,65	35,15	35,15	
Relative Importance	0,18	0,15	0,27	0,13	0,13	0,13	

9) Matriks Korelasi

Berdasarkan analisis menggunakan metode *Quality Function Deployment* didapatkan gambaran hubungan antara setiap kebutuhan teknis seperti pada gambar 3 berikut.



Gambar 3. Matriks Korelasi

10) Hasil Analisis QFD

Pada Gambar 4 disajikan hasil dari matriks HOQ sebagai bentuk analisis dari QFD.

Customer Requirement		Technical Respose						PLANNING MATRIX				
		Merubah aturan manajemen perusahaan	Mengurangi over order	Menambah karyawan untuk posisi tertentu	Meningkatkan penerapan SOP	Memperbaiki layout tempat	Menambah konsep	Importance Rating	Goal	Sales Point	Row Weight	Normalized RowWeight
1	Penyelesaian hasil foto tepat waktu	●	●	●	△			4,02	5	1,5	8,33	0,41
2	Karyawan menangani pertanyaan dan permintaan pelanggan dengan ramah dan jelas	△	○	●	○			3,96	4	1,5	6,56	0,33
3	Prasarana yang nyaman, aman, dan menarik				△	●	●	3,91	4	1,2	5,24	0,26
Absolute Importance		48,06	40,15	71,81	35,65	35,15	35,15					
Relative Importance		0,18	0,15	0,27	0,13	0,13	0,13					
Prioritas		2	3	1	4	6	5					

Gambar 4. Matriks HOQ.

4. KESIMPULAN

Tingkat kepuasan pelanggan pada kualitas layanan X *Photography* belum dapat terpenuhi, hal ini dibuktikan dengan mengetahui isi jawaban pada kuesioner yang dibagikan kepada responden menggunakan metode *Servqual*, pada beberapa atribut dimensi pelayanan masih terdapat nilai kesenjangan (*gap*) antara persepsi dan harapan pelanggan pada beberapa atribut dimensi. Hal ini menandakan bahwa pelanggan masih merasakan kurang puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Didapatkan 3 atribut kualitas pelayanan yang perlu

diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan berdasarkan hasil klasifikasi adalah sebagai berikut: penyelesaian hasil foto tepat waktu (RE1) pada dimensi *reliability*, karyawan menangani pertanyaan dan permintaan pelanggan dengan ramah dan jelas (R2) pada dimensi *responsiveness*, dan prasarana yang nyaman, aman dan menarik (T3) pada dimensi *tangibles*. Tindakan yang sesuai untuk memperbaiki kualitas pelayanan guna meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan kebutuhan teknik untuk meminimalisir ketidakpuasan terhadap atribut prioritas perbaikan dapat melakukan usaha – usaha diantaranya merubah aturan manajemen perusahaan, mengurangi over order, menambah karyawan untuk posisi tertentu, meningkatkan penerapan SOP, memperbaiki layout tempat, dan menambah konsep.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT, berkat karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini, serta penulis telah mendapatkan bimbingan dan bantuan yang sangat berharga dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua, kakak, serta rekan-rekan yang telah memberikan semangat, motivasi dan do'a dalam menyelesaikan penelitian ini.

REFERENSI

- [1] H. B. Sanjaya, D. Rahmanita Ruslan, S. Rahma Sundari, M. Aulia Hakim, M. Benny Alexandri, and U. Padjadjaran, "Analisis peluang bisnis jasa fotografi • garis photography• dengan business model canvas dan analisis swot," *KINERJA*, vol. 17, no. 2, pp. 202–207, Aug. 2020, doi: 10.30872/JKIN.V17I2.7429.
- [2] H. B. Sanjaya, D. Rahmanita Ruslan, S. Rahma Sundari, M. Aulia Hakim, M. Benny Alexandri, and U. Padjadjaran, "Analisis peluang bisnis jasa fotografi photography• dengan business model canvas dan analisis swot," *KINERJA*, vol. 17, no. 2, pp. 202–207, Aug. 2020, doi: 10.30872/JKIN.V17I2.7429.
- [3] Y. W. Nugroho, "DISRUPSI MEDIA FOTOGRAFI SEBAGAI GAYA HIDUP," *Specta J. Photogr. Arts, Media*, vol. 7, no. 1, pp. 75–90, May 2023, doi: 10.24821/SPECTA.V7I1.8290.
- [4] A. P. Ilham, "Makna Kerja Bagi Fotografer Di Yogyakarta," Jun. 2018.
- [5] N. Audria, P. Muplihah, and S. Siregar, "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Studio Photo Oculus," *CAM J. Chang. Agent Manag. J.*, vol. 4, no. 1, pp. 55–70, Apr. 2020, doi: 10.35915/CJ.V4I1.451.
- [6] V. Puspasari, "Perbaikan Kualitas Toko Dunia Foto Dengan Metode Servqual, Zot (Zone Of Tolerance), Dan Siklus PDCA," *SITEKIN J. Sains, Teknol. dan Ind.*, vol. 19, no. 2, pp. 178–185, May 2022, doi: 10.24014/SITEKIN.V19I2.9491.
- [7] D. Lestari and Hasanuddin, "Pengaruh Harga, Promosi Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Swiss-Bel Hotel Pangkalpinang," *JEM J. Ekon. dan Manaj.*, vol. 7, no. 1, pp. 138–144, Jul. 2021.
- [8] R. Sentosa, L. Lahindah, and L. Gandajaya, "Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Quality Function Deployment Pada Modern Laundry Cirebon," *Bina Ekon.*, vol. 25, no. 1, pp. 76–94, Oct. 2021, doi: 10.26593/BE.V25I1.5219.76-94.
- [9] Y. Prananda, D. R. Lucitasari, and M. S. A. Khannan, "Penerapan Metode Service Quality (SERVQUAL) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan," *OPSI*, vol. 12, no. 1, pp. 1–11, Jun. 2019, doi: 10.31315/OPSI.V12I1.2827.
- [10] I. N. R. Lina, J. Widodo, and S. Wahyuni, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Onelight Photography di Kabupaten Banyuwangi," *Syntax Idea*, vol. 4, no. 1, pp. 131–142, Jan. 2022, doi: 10.36418/syntax.
- [11] F. S. Lubis, A. P. Rahima, M. I. H. Umam, and M. Rizki, "Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Servqual dan Pendekatan Structural Equation Modelling (SEM) pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang di Wilayah Kota Pekanbaru," *J. Sains, Teknol. dan Ind.*, vol. 17, no. 1, p. 25, 2020, doi: 10.24014/sitekin.v16i2.9366.
- [12] T. Sentia, M. Mustafia, and E. Zuraidah, "Analisa Kualitas Layanan Pada E-learning di Sekolah Menggunakan Metode Servqual," *J. Informatics Manag. Inf. Technol.*, vol. 2, no. 3, pp. 100–108, Jul. 2022, doi: 10.47065/JIMAT.V2I3.167.

- [13] E. Bastian, V. Ratnasari, and F. Achmadi, “Analisis Kualitas Layanan Bongkar Muat Di Pt Terminal Petikemas Surabaya Dengan Metode SERVQUAL dan QFD,” *Account. Manag. J.*, vol. 2, no. 1, Aug. 2018, doi: 10.33086/AMJ.V2I1.65.
- [14] D. Sari, R. R. Manullang, and Medinal, “Analisis Integrasi Konsep Servqual Dan Quality Funtion Deployment (QFD) Dalam Rangka Meningkatkan Ekspektasi Konsumen dan Kualitas Layanan Jasa Transportasi PT GANESHA JAYA MANDIRI,” *J. PROGRESIF Manaj. BISNIS*, vol. 6, no. 2, pp. 12–21, Nov. 2019.
- [15] Y. Delvika, “Analisis Kualitas Produk Rumah Tangga Dengan Metode Quality Function Deployment (QFD) Pada PT. ABC,” *J. Ilm. Tek. Ind. Prima (JURITI PRIMA)*, vol. 4, no. 1, Apr. 2020, doi: 10.34012/JURITIPRIMA.V4I1.1678.
- [16] L. Nurhayati and L. M. C. Wulandari, “Analisis Peningkatan Kualitas Layanan Dengan Metode Servqual Dan QFD (Studi Kasus : Koperasi Delta Sari Sidoarjo),” *J. Tek. Ind. J. Has. Penelit. dan Karya Ilm. dalam Bid. Tek. Ind.*, vol. 8, no. 2, pp. 244–253, Dec. 2022, doi: 10.24014/JTI.V8I2.19744.
- [17] O. W. Nugroho, P. W. Baskoro, R. Suminar, and R. Muhendra, “Penerapan metode servqual pada analisis kualitas layanan jasa notaris (studi kasus: kantor notaris MT Cibitung, Jawa Barat),” *JENIUS J. Terap. Tek. Ind.*, vol. 4, no. 1, pp. 22–30, May 2023, doi: 10.37373/JENIUS.V4I1.426.