

MENGANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMEPENGARUHI KUALITAS PELAYANAN MENGGUNAKAN QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT DI APOTEK XYZ

Ibrahim Safri¹, Ir. Vera L Raja², Hendro Susiyanto³

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas
Krisnadwipayana Jl.Kampus Unkris Jatiwaringin Bekasi PO. Box
7774/Jat. CM

Email: Ibrahimsafri451@gmail.com

Email: veranovalumbanraja@unkris.ac.id

Email: Hendro.Susiyanto@medcoenergi.com

ABSTRACT

The development of pharmacies to be able to meet consumer needs is increasing, one of which is the XYZ Pharmacy. This case study aims to analyze the factors that influence service quality at XYZ Pharmacy, especially at XYZ Pharmacy Pos Pengumben. The use of the QFD method in this study can improve and improve the quality of service at XYZ Pengumben Post. From the research it can be determined that the factors that influence service quality at XYZ Pos Pengumben Pharmacy are the top priority for consumers regarding service quality in the HOQ, namely: adequate and complete pharmacy facilities, easy service procedures, neat and clean spatial arrangement, the service ability of staff serving customers, the discipline of pharmacy staff, following up on criticism and suggestions received, evaluating the performance of pharmacy employees every month, service to all consumers regardless of social status, computerization of the payment system, product prices and the completeness of various kinds of medicines.

Keywords : *QFD, HOQ, SLOVIN'S FORMULA, PHARMACY.*

ABSTRAK

Perkembangan apotek untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen semakin meningkat, salah satunya adalah Apotek XYZ. Studi kasus ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan di Apotek XYZ terkhusus di Apotek XYZ. Penggunaan metode *QFD* pada penelitian ini dapat

memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan di Apotek XYZ. Dari penelitian dapat ditentukan bahwa factor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan di Apotek XYZ yang menjadi prioritas utama konsumen terhadap kualitas pelayanan di dalam *HOQ* yaitu: Fasilitas yang memadai dan lengkap di apotek, kemudahan prosedur pelayanan, pengaturan ruangan yang teratur dan bersih, kapabilitas petugas dalam melayani pelanggan, ketaatan petugas apotek, respons terhadap masukan dan usulan, penilaian rutin kinerja *staf* apotek, pelayanan merata kepada semua pelanggan tanpa memandang status sosial, penerapan sistem pembayaran berkomputer, harga produk, dan ketersediaan beragam jenis obat.

Kata kunci: *QFD, HOQ, SLOVIN'S FORMULA, APOTEK.*

PENDAHULUAN

Dengan perkembangan pada era zaman modern ini apotek XYZ terus meningkatkan pelayanannya demi menjaga kejayaannya dimata konsumen, apa lagi sekarang sudah banyak pesaing disekitaran apotek XYZ dibidang usaha yang sama, kini karyawan dituntut untuk menjaga pasien yang sudah ada dan menjadikannya marketing terbaik dan membawa kesan yang baik ketika pulang dari apotek XYZ.

Kepuasan bersifat sesaat dan tidak pernah statis. Pengembangan teknologi yang terus meroket dalam kehidupan saat ini sudah pasti mengubah kebiasaan dan gaya hidup manusia, dalam kebiasaan hidup manusia saat ini tentu berbeda dengan era modern saat ini. Individu senantiasa menginginkan lebih, maka tidak mengherankan bahwa mereka senantiasa berminat untuk mencoba hal-hal baru guna memenuhi keinginan mereka. Prinsip klasik dalam memahami kepuasan konsumen menyatakan bahwa kepuasan muncul saat harapan bertemu dengan hasil yang diperoleh. Ketika hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan, konsumen akan merasa kecewa. Sebaliknya, jika hasilnya melebihi ekspektasi, konsumen dapat merasakan kepuasan yang berlebihan. (Eko Wicaksono, 2020).

METODE

1. Sejarah Quality Function Deployment (QFD)

Metode *Quality Function Deployment (QFD)* muncul pada rentang tahun 1965-1967, saat Yoji Akao dan Katsuyoshi Ishihara mulai mengimplementasikannya dalam ranah pengendalian mutu. Dalam rangka memperluas Total *Quality Management (TQM)*, mereka mengadopsi konsep serupa dengan *QFD*, yaitu menggunakan fungsi-fungsi kualitas untuk mencapai tingkat mutu yang diinginkan.

Menurut Ibrahim (1997) *Quality Function Deployment (QFD)* adalah metode pengembangan kualitas desain dengan tujuan memuaskan dan memuaskan konsumen. *Quality Function Deployment (QFD)* adalah metodologi desain dan pengembangan terstruktur yang memungkinkan tim pengembangan untuk secara jelas mendefinisikan kebutuhan dan harapan pelanggan serta mengevaluasi kemampuan produk atau layanan untuk secara sistematis memenuhi kebutuhan dan harapan tersebut (Handayani et al., 2020).

Metode *Quality Functional Deployment (QFD)* berakar pada studi Katsuyoshi Ishihara, yang pada saat itu bekerja di Bagian Komponen Elektronik di Perusahaan Matsushita. Ishihara menjadi tokoh awal yang memanfaatkan Konsep Penyebaran Fungsi untuk menguraikan tugas-tugas yang berkaitan dengan kualitas. Pengenalan *Quality Function Deployment (QFD)* berlangsung di Jepang pada tahun 1972, dimulai di galangan kapal Kobe oleh Mitsubishi, lalu diadopsi oleh *Toyota dan Ford Motor Company*. Pada tahun 1986, Xerox memperkenalkan konsep ini ke Amerika Serikat. Seiring waktu, *Quality Function Deployment (QFD)* mulai diterapkan secara meluas oleh perusahaan-perusahaan di Jepang, Amerika, dan Eropa.

Dasarnya, *QFD (Quality Function Deployment)* adalah terjemahan dari istilah dalam bahasa Jepang yang terdiri dari tujuh karakter kanji, yang dalam arti keseluruhan mencakup gagasan tentang "Penyebaran Fungsi untuk Pencapaian Kualitas Utama." Perlu diperhatikan bahwa setiap karakter memiliki alternatif terjemahan sesuai dengan makna yang dimaksud.

Walau begitu, ada beberapa variasi dalam terjemahan yang masih tetap mencerminkan *QFD* secara akurat. *QFD (Quality Function Deployment)* tidak dapat dianggap sebagai alat ukur kualitas yang sederhana, melainkan memiliki makna yang luas yang mencakup berbagai karakteristik seperti bentuk fisik dari merek produk serta berbagai fungsi yang terkait di dalam produk tersebut.

2. Pengertian Quality Function Deployment (QFD)

Quality Function Deployment (QFD) adalah suatu metode yang digunakan dalam proses perancangan dan pengembangan produk atau layanan dengan tujuan untuk mengintegrasikan masukan dari konsumen ke dalam proses desain tersebut. *QFD* pada dasarnya merupakan alat bagi perusahaan untuk mengenali dan memenuhi kebutuhan serta harapan konsumen terhadap produk atau layanan yang dihasilkan oleh perusahaan. Menurut Cohen (1995), *Quality Function Deployment* merupakan suatu pendekatan terstruktur yang diterapkan dalam merancang dan mengembangkan produk, yang bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen secara sistematis, serta mengevaluasi kemampuan produk atau layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut.

3. Manfaat Quality Function Deployment (QFD)

Penggunaan metodologi *QFD* dalam proses desain dan pengembangan produk merupakan nilai tambah bagi perusahaan. Karena perusahaan mendapatkan keunggulan kompetitif dengan mengembangkan produk atau layanan yang memuaskan konsumen. Keuntungan yang dapat diperoleh dengan mengimplementasikan *QFD* dalam proses desain produk yaitu:

1. Meningkatkan kualitas produk
2. Meningkatkan kepuasan konsumen
3. Mengurangi waktu ke pasar
4. Pengurangan biaya desain
5. Meningkatkan komunikasi
6. Meningkatkan produktivitas
7. Meningkatkan keuntungan perusahaan.

4. Keunggulan Quality Function Deployment (QFD)

1. Menyediakan format standar untuk menerjemahkan kebutuhan konsumen menjadi persyaratan teknis untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
2. Membantu tim desain untuk fokus pada fakta yang ada daripada intuisi dalam proses desain.
3. Selama perencanaan, keputusan dimasukkan ke dalam matriks sehingga dapat ditinjau kembali dan diubah di masa mendatang.
4. Mengidentifikasi area di mana tim pengembangan produk perlu mengumpulkan informasi untuk menentukan produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan konsumen.
5. Format yang jelas dan terorganisir serta kemampuan untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen dengan semua informasi yang dibutuhkan tim produk untuk membuat spesifikasi produk, desain, keputusan produksi dan pengiriman yang tepat.
6. Menyediakan forum untuk menganalisis isu-isu terkait data yang tersedia tentang kepuasan pelanggan dan daya saing produk atau layanan.
7. Menjaga desain produk sebagai hasil keputusan bersama.
8. Dapat digunakan untuk mengkomunikasikan rencana produksi untuk membantu mengelola pihak lain yang bertanggung jawab untuk melaksanakan rencana tersebut.

5. Tujuan Quality Function Deployment (QFD)

Maksud dari menerapkan metode QFD (Quality Function Development) dalam desain dan pengembangan produk adalah sebagai berikut:

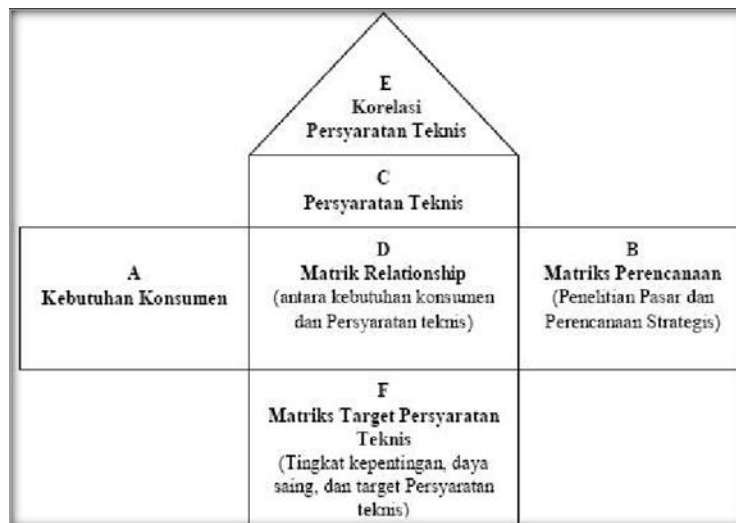
1. Memenuhi harapan konsumen sebanyak mungkin dan bahkan melebihi harapan tersebut melalui pengembangan produk baru yang mampu bersaing dengan produk kompetitor dalam hal memuaskan konsumen.
2. Mengusung pendekatan desain yang berfokus pada pelanggan dengan menyesuaikan beberapa matriks dan tabel.
3. Meningkatkan kejelasan "suara pelanggan" dalam tahap pengembangan produk baru serta proses terkait.

6. Hierarki Matriks Quality Function Deployment (QFD)

Dengan penerapan metodologi *QFD (Quality Function Deployment)*, teridentifikasi empat tahapan dalam proses desain dan pengembangan produk, yang terdiri dari:

1. Matriks desain produk (*House of Quality*).
 2. Matriks Pemasok Parsial.
 3. Matriks perencanaan proses (*process planning*).
 4. Matriks manufaktur atau perencanaan produksi.
7. Komponen QFD (Quality Function Deployment)

Rumah berkualitas terdiri dari enam komponen utama, berikut gambar dan penjelasannya:



Gambar 1. Matriks House Of Quality

Sumber : Goggle

8. Bagian A

Matriks ini mengandung daftar kebutuhan pelanggan yang telah diorganisir, diambil langsung dari pernyataan pelanggan, sering kali disebut sebagai "pendapat pelanggan." Untuk memperoleh pendapat pelanggan, langkah-langkah berikut dapat diikuti:

- a. Peroleh pendapat pelanggan melalui wawancara dan survei untuk mengidentifikasi keluhan mereka.
- b. Kelompokkan pendapat pelanggan ke dalam beberapa kategori (seperti kebutuhan atau manfaat, dimensi kualitas, dsb.).
- c. Catatlah dalam Matriks Kebutuhan Pelanggan.

9. Bagian B

Matriks desain berfungsi sebagai alat bantu bagi tim pengembangan untuk mengutamakan kebutuhan pelanggan. Dengan berdasarkan interpretasi dan data riset dari tim pengembang, matriks ini mencatat tingkat kepentingan setiap kebutuhan atau manfaat dari produk atau layanan yang diberikan kepada pelanggan. Situasi ini memengaruhi persamaan antara prioritas bisnis dan prioritas pelanggan. Kontennya meliputi:

- a. Tingkat kepentingan bagi pelanggan (kepentingan bagi pelanggan).
- b. Tingkat kinerja kepuasan pelanggan (customer satisfaction performance).
- c. Tingkat kinerja kepuasan pelanggan pesaing (Competitive Satisfaction Performance).
- d. Sasaran yang merupakan tujuan kepuasan pelanggan yang ingin dicapai perusahaan berdasarkan tingkat kepuasan aktual.
- e. Rasio peningkatan yang dihasilkan dari pemecahan tujuan menjadi kondisi saat ini produk perusahaan (Djati, 2003).
- f. Raw weight, berisi nilai data dan keputusan yang diambil dari kolom matriks desain sebelumnya.
- g. Normalized Raw Weight, merupakan persentase berat mentah yang dibutuhkan untuk setiap fitur.
- h. Kumulatif normalized raw weight, menunjukkan sejauh mana Total Raw Weight.

10. Bagian C

Matriks karakteristik teknis atau kualitas pengganti. Matriks ini memuat karakteristik teknis yang mencerminkan bagian di mana perusahaan menerapkan metode untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Dalam respons rekayasa, perusahaan mengubah kebutuhan konsumen menjadi atribut pengganti dalam hal kualitas.

11. Bagian D

Matriks Rasio atau Proporsi. Matriks ini menentukan relasi antara suara pelanggan dan kualitas pengganti, dan kemudian mengonversinya menjadi nilai yang menunjukkan kekuatan (dampak) relasi tersebut. Terdapat 4 kemungkinan:

- a. Tidak berhubungan (nilai=0)
- b. Sedikit hubungan = Δ (nilai=1)
- c. Hubungan biasa = O (nilai=3)
- d. Sangat berhubungan = (nilai 5, 7, 9 atau 10 tergantung pada pilihan tim perancang)

12. Bagian E

Matriks Korelasi Teknis atau Matriks Korelasi Teknis ini menggambarkan independensi dan gambaran hubungan Karakteristik Kualitas Pengganti (SQC). Terdapat 5 tingkatan dampak teknis pada bagian ini:

1. $\sqrt{\sqrt{}}$ pengaruh positif kuat
2. $\sqrt{}$ pengaruh positif sedang
3. Tidak ada hubungan
4. X pengaruh negatif sedang
5. XX pengaruh negatif kuat

13. Bagian F

Matriks ini memuat tiga jenis informasi, yaitu:

- a. Pengaruh karakteristik teknis terhadap kinerja keseluruhan produk atau layanan. Informasi ini diperoleh dengan memberi bobot prioritas pada fungsi teknis berdasarkan kepentingan dan kebutuhan pelanggan.
- b. Tolok ukur teknis yang menggambarkan informasi tentang fitur unggulan dari pesaing. Ini dicapai dengan membandingkan Karakteristik Kualitas Pengganti individu (SQC).
- c. Kinerja yang diinginkan dari karakteristik teknis produk yang akan dikembangkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisa Service Quality

Penentuan apakah servqual akan dianggap tinggi atau rendah tergantung pada sejauh mana persepsi pelanggan terhadap kinerja layanan yang diterimanya sesuai dengan harapannya. Bagian ini akan mengulas perhitungan Gap antara nilai kepentingan dan nilai kepuasan yang sering disebut sebagai Skor Servqual. Skor Servqual untuk setiap atribut dapat diidentifikasi dalam tabel berikut.

kemudahan prosedur pelayanan
pengaturan ruangan yang teratur dan bersih
kapabilitas petugas dalam melayani pelanggan
ketaatan petugas apotek
respons terhadap masukan dan usulan
penilaian rutin kinerja staf apotek
Tidak membedakan pasien dari status sosial
penerapan sistem pembayaran berkomputer
harga produk
ketersediaan beragam jenis obat

Dari tabel di atas, kita dapat mengamati skor Servqual untuk setiap atribut, yang kemudian diberi prioritas berdasarkan perbedaan antara harapan atau keinginan pelanggan dan kinerja atau kepuasan yang dirasakannya. Hasil negatif menunjukkan bahwa pelanggan belum merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh Apotek XYZ. Langkah selanjutnya akan melibatkan penyusunan Diagram Kartesius, yang akan membantu mengidentifikasi atribut yang perlu ditingkatkan.

2. Analisa Importance Performance Analysis (IPA)

Penjelasan mengenai klasifikasi dari setiap atribut di Apotek XYZ dalam diagram Kartesius dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran A

memuat atribut nomor 1 (Kursi ruang tunggu yang tersedia cukup dan nyaman), nomor 3 (Layout dan alur layanan yang memudahkan pelanggan), nomor 7 (Kotak kritik dan saran), nomor 12 (Fasilitas pembayaran elektronik), nomor 13 (Memberitahukan kapan resep selesai dikerjakan), nomor 15 (Melayani langsung setiap pelanggan yang datang), nomor 19 (Harga yang terjangkau dan lengkap di semua kalangan), dan nomor 21 (Jam buka sesuai kebutuhan pelanggan). Kuadran A menjadi prioritas utama karena atribut di dalamnya dianggap sangat penting oleh pelanggan, tetapi pelayanannya belum memuaskan. Oleh karena itu, Apotek XYZ harus segera meningkatkan kualitas pelayanannya.

2. Kuadran B

berisi atribut nomor 4 (Tata letak apotek yang mempermudah pelanggan), nomor 5 (Suhu ruangan yang nyaman dan bersih), nomor 8 (Ketelitian petugas apoteker dalam meracik obat), nomor 10 (Petugas selalu memberikan layanan terbaik kepada pelanggan), nomor 11 (Ketelitian petugas kasir dalam menangani pembayaran), nomor 14 (Memberikan informasi yang tepat, benar, dan jelas saat menyerahkan obat), nomor 16 (Petugas tanggap dan selalu ingin membantu pelanggan), serta nomor 17 (Memberikan informasi yang tepat, benar, dan jelas saat menyerahkan obat). Kuadran B perlu dipertahankan karena atribut di dalamnya dianggap penting oleh pelanggan dan pelayanannya sudah memuaskan. Apotek XYZ harus menjaga kualitas pelayanan ini agar pelanggan tetap loyal dan terus berkunjung.

3. Kuadran C

memuat atribut nomor 2 (Brosur dan informasi tentang obat), nomor 18 (Ketersediaan alternatif pilihan obat yang ditawarkan), nomor 20 (Obat asli dan berkualitas), nomor 22 (Pelayanan kepada semua konsumen tanpa memandang status sosial), serta nomor 23 (Jam buka sesuai kebutuhan pelanggan). Kuadran ini memiliki prioritas yang lebih rendah karena atribut di dalamnya dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pelayanannya belum memuaskan. Namun, manajemen Apotek XYZ harus berusaha untuk memberikan yang lebih baik daripada apotek lainnya dalam hal ini.

4. Kuadran D

Mencakup atribut nomor 6 (Petugas selalu memberikan layanan terbaik kepada pelanggan) dan nomor 24 (Memahami kebutuhan pelanggan). Kuadran ini dianggap sebagai daerah yang berlebihan karena menurut pandangan pelanggan, atribut yang termasuk di sini tidak terlalu penting. Namun, Apotek XYZ sudah memberikan layanan yang sangat baik dalam hal ini. Selain itu, karena harapan pelanggan rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerja tinggi, kuadran ini tidak menjadi prioritas yang perlu diperbaiki.

3. Analisis House of Quality

1. Voice Of Customer

Voice of Customer adalah representasi dari kebutuhan konsumen yang digunakan untuk merancang Quality Function Deployment (QFD) berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan di Apotek XYZ. Melalui observasi ini, kemudian dilakukan perhitungan menggunakan metode Servqual untuk mengidentifikasi atribut yang menjadi prioritas untuk perbaikan dan akan digunakan dalam merancang QFD. Berikut ini adalah atribut yang diutamakan untuk perbaikan:

1. Dimensi Tangible:

- a. Keberadaan kursi dan kenyamanan suhu ruangan.
- b. Desain tata letak apotek yang mempermudah pelanggan.

c. Ketersediaan kotak untuk saran dan kritik.

2. Dimensi Reliability:

- a. Kemudahan fasilitas pembayaran elektronik.
- b. Informasi kapan resep selesai diproses.
- c. Pelayanan langsung kepada pelanggan saat datang.

3. Dimensi Responsiveness:

Tidak ada atribut yang diutamakan dalam dimensi ini.

4. Dimensi Assurance:

- a. Harga produk yang terjangkau untuk semua kalangan.
- b. Perawatan terhadap semua pelanggan tanpa memandang status sosial.

5. Dimensi Empathy:

- a. Pelayanan merata kepada seluruh konsumen, tidak memandang status sosial.

2. Kebutuhan Teknis

Kebutuhan Teknis (Technical Response) adalah karakteristik pelayanan yang dapat diukur, bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Elemen yang digunakan adalah elemen-elemen pelayanan. Sasaran ditentukan dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan. Berikut ini adalah elemen-elemen yang digunakan:

1. Fasilitas apotek yang memenuhi standar dan lengkap.
2. Kemudahan dalam prosedur pelayanan.
3. Tata letak ruangan yang teratur dan bersih.
4. Kemampuan petugas apotek dalam memberikan layanan kepada pelanggan.
5. Tingkat disiplin petugas apotek.
6. Respons terhadap kritik dan saran yang diterima.
7. Evaluasi rutin terhadap kinerja karyawan apotek.
8. Pelayanan inklusif kepada semua konsumen tanpa memandang status sosial.
9. Penerapan sistem pembayaran berbasis komputer.
10. Harga produk.
11. Kelengkapan variasi obat.

3. Rumah Kualitas untuk Kebutuhan Proses hingga Prosedur Kualitas

Matriks House Of Quality (HOQ) ini memberikan gambaran tentang kebutuhan proses dan cara memenuhinya melalui prosedur kualitas. Matriks ini terbentuk dari hasil pengolahan matriks HOQ

tahap kedua, yang menghasilkan bobot kebutuhan atribut pelanggan hingga menetapkan prioritas pengembangan prosedur kualitas di Apotek XYZ. Matriks ini menerima masukan dari 8 atribut yang dikedepankan untuk perbaikan layanan apotek dan menghasilkan 11 kebutuhan teknis beserta urutan prioritas pengembangannya. Keseluruhan 13 prosedur kualitas ini sangat spesifik, praktis dalam pelaksanaannya, dan berorientasi pada aspek teknis, sehingga dapat menjadi panduan yang sesuai dengan tuntutan dan preferensi konsumen.

Untuk memfasilitasi proses pengembangan yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pelanggan, direkomendasikan agar pengembangan dilaksanakan berdasarkan urutan prioritas yang dihasilkan dari matriks ini. Hasil yang diperoleh dari matriks ini mencakup seluruh proses dari tiga tahap analisis dalam metode *QFD* berantai. Dari 11 atribut kebutuhan teknis yang teridentifikasi, diharapkan bahwa pelaksanaan dan tanggung jawab pengembangan akan diemban oleh manajemen Apotek XYZ.

4. Row Weight dan Normalized Row Weight

Nilai Baris (*Row Weight*) menggambarkan urutan prioritas dari kebutuhan pelanggan, di mana atribut yang memiliki nilai Bobot Baris tertinggi menandakan prioritas utama untuk melakukan perbaikan kualitas layanan di Apotek XYZ.

Dari proses perhitungan dan analisis data, ditemukan bahwa terdapat hasil nilai Bobot Baris dan Bobot Baris yang sudah dinormalisasi (*NRW*) tertinggi pada lima atribut tertentu. Atribut-atribut tersebut meliputi: Harga lebih terjangkau, komplit, dan dapat diakses oleh berbagai kalangan, Fasilitas pembayaran lengkap, Tata letak ruangan dan struktur pelayanan yang mempermudah pelanggan, Ketersediaan kursi yang memadai dan nyaman di ruangan, Kotak kritik dan saran, Pemberitahuan mengenai kapan resep selesai diproses, Pelayanan langsung kepada pelanggan saat kedatangan, serta pelayanan tanpa memandang status sosial.

5. House Of Quality (HOQ)

Matriks House Of Quality (HOQ) ini merincikan elemen-elemen yang merupakan kebutuhan dalam proses, serta bagaimana cara untuk memenuhinya dengan merujuk pada prosedur kualitas. Matriks ini terbentuk melalui tahap pengolahan dari matriks HOQ kedua, yang bertujuan untuk mendapatkan bobot dari atribut-atribut yang menjadi prioritas pelanggan, hingga akhirnya menentukan prioritas pengembangan prosedur kualitas bagi manajemen Apotek XYZ. Matriks ini menerima input dari 8 atribut yang ditekankan untuk meningkatkan kualitas layanan apotek, dan outputnya meliputi 11 kebutuhan teknis beserta urutan prioritas pengembangannya. Ketiga belas prosedur kualitas ini sangat spesifik, operasional, dan memiliki klarifikasi teknis yang kuat sebagai pedoman dalam pengembangan Apotek XYZ, dengan mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi konsumen.

Untuk mempermudah proses pembangunan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan, dianjurkan agar pengembangan dilakukan berdasarkan skala prioritas yang terbentuk dari matriks ini. Hasil yang dihasilkan dari matriks ini mencakup seluruh proses dari tiga tahap

analisis dalam metode QFD berantai. Dari 11 atribut kebutuhan teknis yang dihasilkan, diharapkan nantinya pelaksanaan dan tanggung jawab pengembangannya akan menjadi tugas dari manajemen Apotek XYZ.

Berdasarkan hasil *House of Quality (HOQ)* di atas, dapat diidentifikasi bahwa prioritas utama meliputi fasilitas apotek yang memadai dan lengkap, kemudahan dalam prosedur pelayanan, tata letak ruangan yang rapi dan bersih, kemampuan petugas dalam melayani pelanggan, disiplin petugas apotek, tindak lanjut terhadap kritik dan saran yang diterima, evaluasi kinerja karyawan apotek secara bulanan, pelayanan yang setara bagi semua konsumen tanpa memandang status sosial, penggunaan sistem komputerisasi pada proses pembayaran, harga produk, dan ketersediaan berbagai jenis obat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Apotek XYZ dengan metode Quality Function Deployment (QFD) sebagai berikut:

1. Atribut yang perlu ditingkatkan atau diperbaiki adalah sebagai berikut: Ketersediaan kursi yang memadai dan nyaman dengan peningkatan sebesar 1.34%, Tata letak ruangan dan garis pelayanan yang memudahkan pelanggan dengan peningkatan sebesar 1.38%, Kotak kritik dan saran dengan peningkatan sebesar 1.13%, Fasilitas pembayaran elektronik dengan peningkatan sebesar 1.38%, Pemberitahuan kapan resep selesai dikerjakan dengan peningkatan sebesar 1.12%, Pelayanan langsung kepada pelanggan yang datang dengan peningkatan sebesar 1.11%, Harga produk yang lebih terjangkau, lengkap, dan terjangkau untuk berbagai kalangan dengan peningkatan sebesar 1.42%, serta Pelayanan kepada semua konsumen tanpa memandang status sosial dengan peningkatan sebesar 1.09%.
2. Prioritas perbaikan yang ditentukan berdasarkan parameter teknis untuk meningkatkan layanan di Apotek XYZ adalah sebagai berikut: Fasilitas apotek yang memadai dan lengkap dengan skor 126.7, Tindak lanjut terhadap kritik dan saran yang diterima dengan skor 119.65, Penataan ruangan yang rapi dan bersih dengan skor 103.6, Pelayanan tanpa membedakan status sosial dengan skor 96.72, Kedisiplinan petugas apotek dengan skor 95.54, Kemampuan petugas dalam melayani pelanggan dengan skor 95, Komputerisasi pada sistem pembayaran dengan skor 72.98, Harga produk dengan skor 72.98, Kelengkapan berbagai macam obat dengan skor 72.98, Prosedur pelayanan yang mudah dengan skor 72.2, dan Evaluasi kinerja karyawan apotek tiap bulan dengan skor 71.7.
3. Keberhasilan bisa dilihat dari segi kunjungan pasien ke apotek adanya peningkatan dari segi kunjungan dan otomatis kenaikan juga dari segi pendapatan apotek, hanya tinggal memaksimalkan setiap pelanggan yang datang agar dapat close minimal di 3 produk setiap kunjungan. Dan sudah tidak ada nya lagi komplain yang masuk ke akun apotek.

DAFTAR PUSTAKA

- ASHRAE Standard Thermal Environmental Conditions for Human Occupancy. ANSI/ASHRAE 55-1992.
- Indrani, C. H. 2008. *Kinerja Ventilasi Pada Hunian Rumah Susun Dupak Bangunrejo*. Surabaya. Universitas Kristen Petra.
- Klir, J., and Yuan, B., *Fuzzy Sets and Fuzzy Logic: Theory and Applications*, Prentice-Hall, New Delhi, 2001.
- Keputusan Menteri Tenaga Kerja Nomor : KEP-51/MEN/1999.
- Neville, Stanton. 2004. *Handbook of Human Factors and Ergonomics Methods*. Florida: CNC Press.
- Parsons, Ken. 2004. *Human Thermal Environments: The Effect of Hot, Moderate, and Cold Environment on Human Health, Comfort and Performance*. Second Edition. London: Taylor and Francis.
- Satwiko, Prasasto. 2009. *Fisika Bangunan*. Yogyakarta: Andi
- Sinulingga, Sukaria. 2011. *Metode Penelitian*. Medan: USU Press.