

PENERAPAN METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT DALAM PENGUKURAN KUALITAS LAYANAN SISTEM INFORMASI CUSTOMER MARKETING

Nugroho Setyo Wibowo¹⁾, Avisenna Harkat²⁾, Vigo Dewangga³⁾,
dan Rus Indiyanto⁴⁾

¹⁾ Jurusan Teknologi Informasi Politeknik Negeri Jember
Jl. Mastrip 164 Jember Jawa Timur

²⁾ Jurusan Manajemen Agribisnis Politeknik Negeri Jember
Jl. Mastrip 164 Jember Jawa Timur

³⁾ Jurusan Bahasa, Komunikasi, dan Pariwisata Politeknik Negeri Jember
Jl. Mastrip 164 Jember Jawa Timur

⁴⁾ Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Jl. Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar, Surabaya Jawa Timur

e-mail: nugroho@polije.ac.id¹⁾, avisenna@polije.ac.id²⁾, vigo_dewangga@polije.ac.id³⁾,
rusindiyanto4@gmail.com⁴⁾

ABSTRAK

Pemanfaatan sistem informasi dalam suatu perusahaan menjadi sangat penting karena dapat membantu dalam memberikan informasi dan keputusan yang akan dibuat sehingga dengan dapat memberikan dampak positif bagi aktivitas perusahaan. Keberadaan perusahaan bidang pembiayaan konsumen berperan penting bagi dunia usaha khususnya usaha jasa transportasi karena akan mempermudah konsumen dalam mengajukan permohonan pembiayaan untuk dapat memiliki alat transportasinya. Saat ini perusahaan menerapkan suatu aplikasi Sistem Informasi Customer Marketing untuk meningkatkan layanan kepada konsumen. Dengan sistem informasi ini akan membantu pihak perusahaan dalam pengambilan sebuah keputusan. Dalam rangka untuk mengukur dan mengevaluasi layanan yang ada pada perusahaan khususnya layanan dari sistem informasi yang dimilikinya, maka perlu dilakukan suatu pengukuran kualitas layanan dari sistem informasi yang digunakan saat ini. Penggunaan metode Quality Function Deployment dalam mengukur kualitas layanan sistem informasi ini dilakukan agar pihak perusahaan mengetahui kekurangan dan kelebihan dari sistem informasi Customer Marketing yang digunakan sehingga dengan pengukuran kualitas sistem informasi ini dapat dilakukan pembenahan dan perbaikan terhadap sistem informasi perusahaan. Penelitian ini dilakukan terhadap pengguna dari layanan Sistem Informasi Customer Marketing PT. Armada Finance yang berjumlah 5 orang, yaitu karyawan bagian Loan admin., Teller, Cashier, Customer Service, dan A/R control serta melibatkan pakar dari Sistem Informasi Customer Marketing berjumlah 2 orang yaitu Branch Manager yang merangkap sebagai Credit Investigations and Marketing Head dan Operation and Marketing Head.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan, Quality Function Deployment, Sistem Informasi*

ABSTRACT

Utilization of information systems in a company is very important because it can assist in providing information and decisions to be made so that it can have a positive impact on company activities. The existence of a consumer finance company plays an important role for the business world, especially the transportation service business because it will make it easier for consumers to apply for financing to be able to have their means of transportation. Currently the company is implementing a Customer Marketing Information System application to improve service to consumers. With this information system will help the company in making a decision. In order to measure and evaluate the services that exist in the company, especially the services of its information system, it is necessary to measure the service quality of the information system used today. The use of the Quality Function Deployment method in measuring the quality of information system services is carried out so that the company knows the advantages and disadvantages of the Customer Marketing information system used so that by measuring the quality of this information system, improvements can be made to the company's information system. This research was conducted on users of the Customer Marketing

Information System service of PT. Fleet Finance, which consists of 5 people, namely employees of the Loan admin., Teller, Cashier, Customer Service, and A/R control and involves 2 experts from the Customer Marketing Information System, namely the Branch Manager who doubles as Credit Investigations and Marketing Head and Operation and Marketing Head.

Keywords: *Information System, Quality Function Deployment, Service Quality*

I. PENDAHULUAN

Teknologi Informasi mengalami perkembangan yang sangat pesat serta menjadi pilihan utama dalam menciptakan Sistem Informasi. Sistem Informasi merupakan kumpulan dari beberapa komponen yang memiliki hubungan dan keterkaitan antara satu dengan yang lainnya yang bertujuan untuk menghasilkan suatu informasi (Marakas, 2017). Dalam sistem informasi diperlukannya klasifikasi alur informasi, hal ini disebabkan keanekaragaman kebutuhan akan suatu informasi oleh pengguna informasi. Oleh sebab itu, dibutuhkan sistem informasi untuk mendukung keputusan yang akan dibuat secara tepat dan akurat (Rainer, 2014)(Irviani, 2017).

Pemanfaatan teknologi informasi melalui sistem informasi pada suatu perusahaan menjadi sangat penting karena sistem informasi berkaitan dengan segala informasi dan keputusan yang akan dibuat. Dengan informasi dan keputusan yang dibuat akan dapat menghasilkan dampak positif bagi kelangsungan perusahaan. Penerapan teknologi informasi dalam bentuk sistem informasi pada suatu perusahaan dapat melalui Sistem Informasi Manajemen (SIM) (Munawir dan Ahmad, 2018). Sistem Informasi ini dapat memberikan informasi kepada manajemen dalam mendukung informasi yang dibutuhkan oleh semua tingkatan manajemen (Irviani, 2017)(Munawir dan Lukman Ahmad, 2018). Sistem Informasi dalam tiap organisasi berisikan hal-hal yang berhubungan dengan proses transaksi, proses kontrol, dan proses perencanaan. Oleh sebab itu, sistem informasi berhubungan dengan pengelolaan data dan informasi yang melibatkan pada komputer (Batari dan Irmawati, 2020).

Keberadaan perusahaan bidang pembiayaan konsumen berperan penting bagi dunia usaha khususnya usaha jasa transportasi karena dengan adanya perusahaan ini akan mempermudah konsumen dalam mengajukan permohonan kredit/pembiayaan untuk dapat memiliki alat transportasinya. Oleh sebab itu dengan berkembangnya cara pembelian alat transportasi di tingkat konsumen, memacu semakin meningkatnya dunia usaha di bidang pembiayaan (Irviani, 2017)(Suprihadi, 2021)(Sutabri, 2012). Dengan meningkatnya dunia usaha diharapkan dapat meningkatkan pendapatan negara, pendapatan masyarakat, dan mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia.

Dalam melayani konsumen kebutuhan akan kerja cepat dan akurat merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan memanfaatkan teknologi informasi dalam bentuk aplikasi Sistem Informasi Customer Marketing untuk meningkatkan layanan kepada konsumen. Dengan sistem informasi ini akan membantu pihak perusahaan dalam mengambil keputusan. Sistem Informasi Customer Marketing ini digunakan oleh perusahaan dalam rangka untuk membantu staf perusahaan dalam melayani konsumen. Sistem informasi ini membantu perusahaan dalam proses penyaluran kredit kendaraan bermotor kepada debitur, dimana sistem informasi ini tidak hanya melayani para debitur yang membeli mobil baru dari dealer-dealer yang dimiliki oleh New Armada Group saja, tetapi sistem informasi ini juga melayani mereka yang membeli mobil dari dealer-dealer atau penjual lainnya, termasuk pembeli mobil bekas yang membeli mobil dari pihak perorangan. Dengan sistem informasi customer marketing ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memudahkan layanan kepada para nasabah dan debitur

Dalam rangka untuk mengukur dan mengevaluasi layanan yang ada pada perusahaan khususnya layanan dari sistem informasi yang dimilikinya, maka perlu dilakukan suatu pengukuran kualitas dari sistem informasi yang digunakan saat ini. Penggunaan metode

Quality Function Deployment dalam mengukur kualitas layanan sistem informasi ini dilakukan agar pihak perusahaan mengetahui kekurangan dan kelebihan dari sistem informasi yang digunakan sehingga dengan pengukuran kualitas sistem informasi ini dapat dilakukan pembenahan dan perbaikan terhadap sistem informasi perusahaan (Wijaya, 2018)(Maritan, 2014)(Suhendar dan Suroto, 2014)(Ariani, 2020). Diharapkan data yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan baik dari segi efektivitas dan efisiensi serta dapat memberikan kontribusi kepada manajemen dalam mengambil keputusan.

Quality Function Deployment yang digunakan dalam mengukur kualitas layanan Sistem Informasi Customer Marketing ini menggunakan bentuk matriks untuk memperoleh hal-hal yang berhubungan dengan sistem informasi (Rum, 2019). Matriks ini memvisualisasikan hal-hal yang terperinci sehingga pihak perusahaan dapat melakukan analisis terhadap informasi tersebut secara multidimensi (Arizona, 2014). Hasil dari perhitungan *Quality Function Deployment* dapat menghasilkan prioritas perbaikan beserta target layanan yang harus diberikan pada konsumen.

Quality Function Deployment adalah suatu metode yang digunakan oleh organisasi dalam mengantisipasi serta menentukan prioritas kebutuhan dan keinginan dari konsumen atas produk dan jasa yang dihasilkan perusahaan (Wijaya, 2018)(Maritan, 2014)(Maritan, 2015). Suatu organisasi yang menerapkan *Quality Function Deployment* dengan baik dan tepat akan dapat meningkatkan produktifitas dan layanannya, meningkatkan kualitas dan serta mengurangi biaya-biaya yang timbul terhadap sistem informasi yang ada. Tujuan dari *Quality Function Deployment* sendiri tidak hanya memenuhi harapan dari pengguna sistem informasi, tapi juga untuk memenuhi harapan pengguna sistem informasi sehingga pengguna sistem informasi menjadi puas atas layanan dari Sistem Informasi Customer Marketing ini (Mistik et al., 2015)(Hakim, 2018)(Dhamayanthi et al., 2019)(Tang, 2021). Adapun tujuan dari kegiatan penelitian ini adalah melakukan pengukuran kualitas layanan dari sistem informasi customer marketing di PT. Armada Finance, serta menentukan atribut apa saja yang harus ditambahkan dalam kualitas sistem informasi yang digunakan selama ini.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. *Quality Function Deployment*

Quality Function Deployment merupakan suatu metode yang terstruktur dalam proses perencanaan dan pengembangan produk serta layanan dalam menetapkan spesifikasi kebutuhan dan keinginan dari konsumen, serta dapat digunakan dalam mengevaluasi secara sistematis suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Maritan, 2014). *Quality Function Deployment* menggunakan bentuk matriks dalam memperoleh hal-hal yang berhubungan pada proses perencanaan. Matriks ini dapat menggambarkan informasi secara terperinci sehingga perusahaan dapat melakukan analisis terhadap informasi yang diperoleh tersebut secara multidimensi. Hasil dari *Quality Function Deployment* dapat memberikan prioritas utama yang harus diperbaiki disertai dengan target produk ataupun layanan yang harus diberikan kepada konsumen.

Jadi definisi *Quality Function Deployment* adalah suatu metode yang digunakan perusahaan dalam mengantisipasi serta menentukan tingkat prioritas kebutuhan dan keinginan dari pelanggan/konsumen atas produk dan jasa yang disediakan bagi pelanggan/konsumen. Suatu organisasi yang menerapkan *Quality Function Deployment* dengan baik dan tepat dapat meningkatkan kualitas dan serta mengurangi biaya-biaya yang timbul atas produk dan jasa yang dihasilkannya (Kiran, 2017).

Tujuan dari *Quality Function Deployment* tidak hanya untuk memenuhi harapan konsumen, namun juga berusaha untuk memenuhi harapan konsumen sehingga konsumen merasa puas atas produk dan jasa yang dihasilkannya.

Ada 3 tahapan untuk implementasi *Quality Function Deployment* yaitu;

- 1) Tahap pengumpulan *Voice of Customer*
Tahap pertama adalah melakukan survey untuk memperoleh data/suara dari konsumen. Untuk memperoleh data suara pelanggan ini dilakukan dengan menentukan data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif diperoleh melalui wawancara dan observasi terhadap *user*, sedangkan data kuantitatif diperoleh melalui survey dan *Polls*.
- 2) Tahap penyusunan *House of Quality*
Tahap berikutnya adalah menerapkan metode *Quality Function Deployment* untuk membentuk matriks *House of quality*.
- 3) Tahap analisa
Tahap terakhir adalah membuat diagram afinitas yang diperoleh dari kebutuhan konsumen, yang selanjutnya adalah membuat *Customer Need*. Selanjutnya adalah melakukan Analisa terhadap data-data yang diperoleh.

B. Sistem Informasi

Sistem informasi secara umum adalah suatu sistem yang menggabungkan antara aktivitas dan kegiatan manusia serta pemanfaatan teknologi teknologi dalam mendukung manajemen dan operasionalnya (Marakas, 2017).

Dalam suatu sistem informasi terdapat beberapa persyaratan umum seperti:

- 1) Informasi harus diketahui oleh pengguna sebagai referensi yang tepat
- 2) Informasi harus sesuai serta mendukung proses pengambilan keputusan
- 3) Informasi harus memiliki nilai guna
- 4) Informasi harus dapat mendukung pengguna dalam pengambilan keputusan

III. METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada bulan Pebruari 2021 sampai dengan Juli 2021 di Jurusan Teknologi Informasi dan Jurusan Manajemen Agribisnis Politeknik Negeri Jember.

B. Alat dan Bahan Penelitian

Beberapa peralatan dan bahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Microsoft Office Visio, QFD Designer 3.15, Laptop Core i5, Koneksi Internet 100MBps, serta data-data tentang Sistem Informasi Customer Marketing.

C. Tahapan Penelitian

Penelitian dimulai dari studi lapang dan studi pustaka, selanjutnya identifikasi dan perumusan masalah, menentukan tujuan penelitian, melakukan pengumpulan data, selanjutnya menentukan diagram afinitas dan matriks perencanaan, penentuan *customer needs* dan matriks relasi, membuat respon teknis dan korelasi teknis, pembuatan *house of quality*, melakukan hasil dan pembahasan, dan terakhir membuat kesimpulan. Tahapan kegiatan dalam penelitian ini ditunjukkan pada Gambar 1.

- 1) Studi lapang
Langkah pertama dalam kegiatan penelitian ini adalah melakukan studi lapang. Survey lapangan dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam pengukuran kualitas sistem informasi customer marketing dengan menggunakan metode Quality Function Deployment.
- 2) Studi pustaka
Tahap berikutnya adalah melakukan studi pustaka untuk memperdalam teori maupun metode yang akan digunakan oleh peneliti. Beberapa teori dan metode yang penting

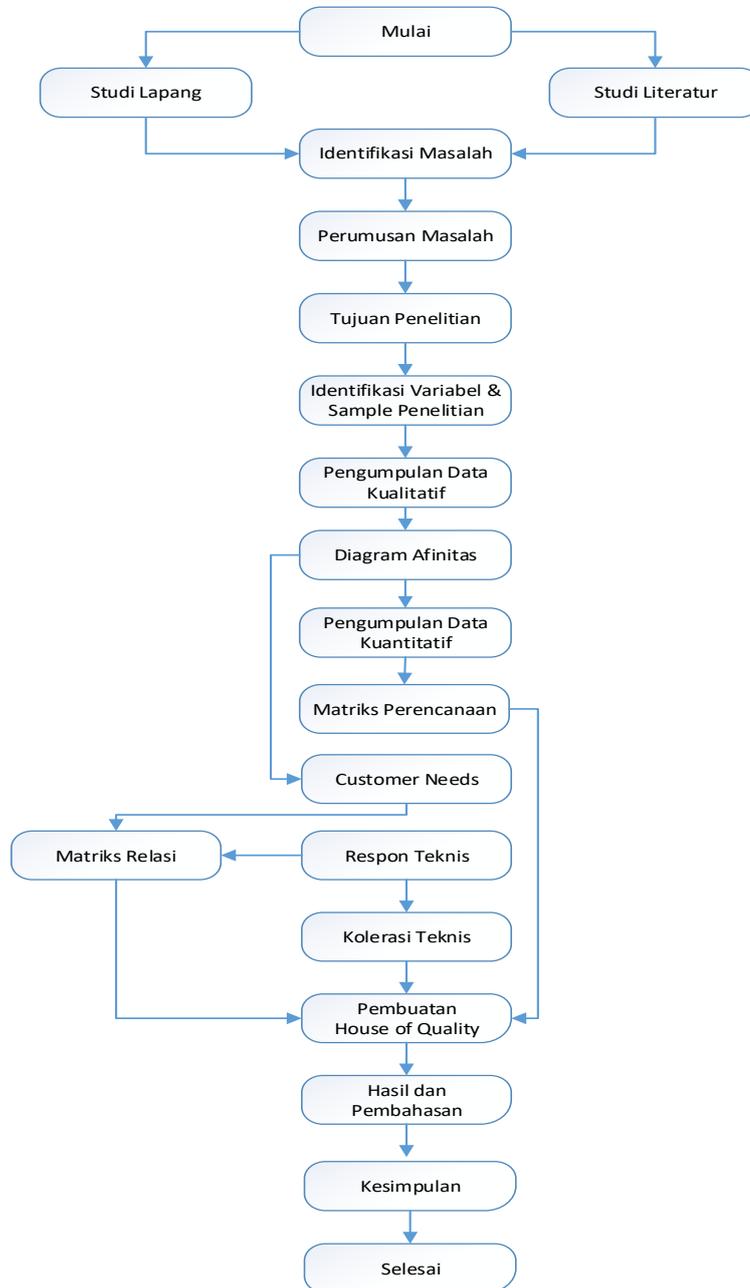
digunakan dalam penelitian ini adalah ilmu tentang pembiayaan dan metode *Quality Function Deployment*.

- 3) Identifikasi dan perumusan masalah
Tahap penelitian selanjutnya adalah melakukan identifikasi dan merumuskan masalah. Masalah utama dalam penelitian ini adalah bagaimana mengukur kualitas layanan Sistem Informasi Customer Marketing sebuah perusahaan pembiayaan dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment*.
- 4) Penentuan tujuan penelitian
Selanjutnya adalah menentukan tujuan dari penelitian ini yaitu mengukur kualitas layanan sistem informasi dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment*.
- 5) Identifikasi variabel dan sampel penelitian
Berikutnya adalah melakukan identifikasi variabel dalam penelitian ini. Identifikasi variabel pada penelitian ini terdiri dari karakteristik keinginan dan harapan pengguna serta spesifikasi kualitas penunjang sistem informasi customer marketing. Sedangkan sampel penelitian yang digunakan adalah pengguna dari Sistem Informasi Customer Marketing.
- 6) Pengumpulan data
Berikutnya adalah mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam pengukuran kualitas layanan Sistem Informasi Customer Marketing. Tahap ini dilakukan dengan cara mendengarkan suara pengguna layanan sistem informasi tersebut yaitu dengan cara melakukan wawancara dengan pakar dan karyawan pengguna sistem informasi untuk mendapatkan atribut-atribut yang diharapkan pengguna sistem informasi (Jack, 2013).
- 7) Diagram afinitas
Tahapan selanjutnya adalah menentukan diagram afinitas yang didapatkan dari keinginan atau kebutuhan karyawan atas layanan sistem informasi yang ada.
- 8) Matriks perencanaan
Tahapan ini menentukan matriks perencanaan yaitu suatu matriks yang berisi data kuantitatif pengguna yang menunjukkan hubungan antara tingkat kepuasan pengguna dan keinginan pengguna terhadap layanan sistem informasi customer marketing serta tingkat persaingan dan perhitungan tingkat ranking keinginan dan kebutuhan pengguna.
- 9) Customer needs
Tahapan ini merupakan tahapan pembuatan tabel *customer needs* yang berisikan kebutuhan dan keinginan pengguna layanan sistem informasi yang diperoleh setelah pembuatan diagram afinitas.
- 10) Respon teknis
Berikutnya adalah melakukan wawancara dengan pihak perusahaan dalam rangka membuat respon teknis yang dimiliki oleh perusahaan untuk memenuhi *customer needs*.
- 11) Korelasi teknis
Selanjutnya membuat korelasi teknis, yaitu melakukan identifikasi hubungan antara masing-masing Technical Deskriptor.
- 12) Pembuatan house of quality
Setelah semua tahapan diatas dilakukan maka dibuatlah rumah kualitas dengan menggunakan software *Quality Function Deployment*.
- 13) Hasil dan pembahasan
Tahap selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap hasil perhitungan dan pengumpulan data, serta melakukan pembahasan dari kegiatan penelitian ini. Tahapan ini

melakukan analisis atas matriks *house of quality* yang dihasilkan dari perhitungan metode *Quality Function Deployment*.

14) Kesimpulan

Langkah terakhir adalah menarik kesimpulan dari proses penelitian yang telah dilakukan guna menjawab permasalahan dan tujuan dari penelitian.



Gambar 1. Tahapan penelitian

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

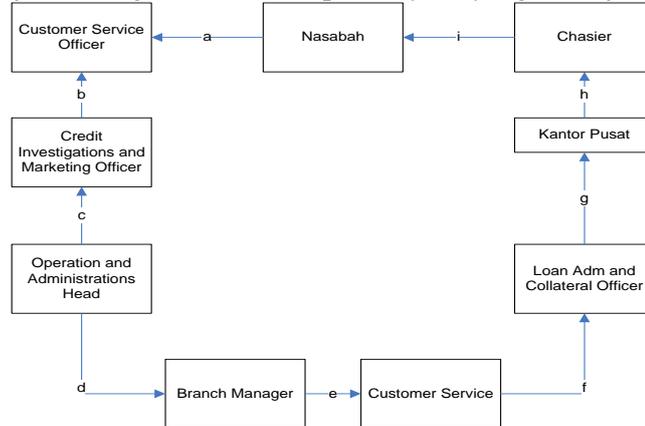
Penerapan metode *Quality Function Deployment* dalam penelitian ini menghasilkan sebuah *house of quality* dari layanan Sistem Informasi Customer Marketing sebuah perusahaan pembiayaan. *House of quality* ini menggunakan matriks yang menghubungkan antara keinginan karyawan dan pengembang sistem informasi sehingga pihak perusahaan dapat memiliki informasi terkait dengan layanan-layanan yang diberikan oleh Sistem

Informasi Customer Marketing (Rum, 2019)(Hakim, 2018).

Hasil dari pengumpulan data dan analisis sistem pada Sistem Informasi Customer Marketing diperoleh sebagai berikut:

A. Mekanisme Persetujuan Pembiayaan Pada Sistem Administrasi Customer Marketing

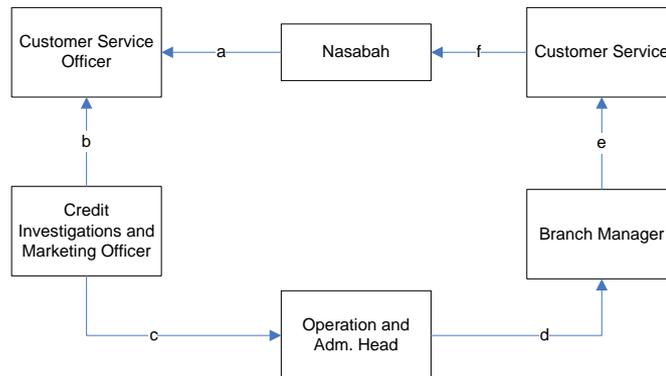
Gambar 2 menunjukkan bagan mekanisme pembiayaan yang disetujui oleh perusahaan.



Gambar 2. Mekanisme pembiayaan pada sistem administrasi customer marketing

B. Mekanisme Penolakan Pembiayaan Pada Sistem Administrasi Customer Marketing

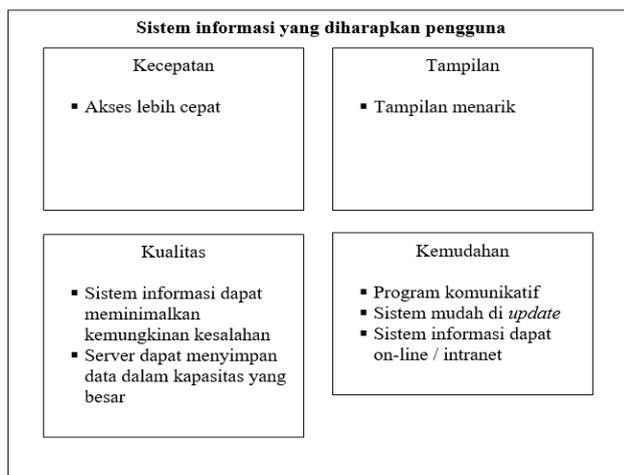
Gambar 3 menunjukkan bagan mekanisme pembiayaan yang tidak disetujui oleh perusahaan.



Gambar 3. Mekanisme penolakan pembiayaan pada sistem administrasi customer marketing

C. Voice of Customer

Data kualitatif pengguna sistem informasi diperoleh dari wawancara yang dilakukan dengan pakar dari Sistem Informasi Customer Marketing untuk mendapatkan atribut – atribut yang akan diukur (Principe et al., 2013). Atribut–atribut tersebut dikelompokkan terlebih dahulu menjadi beberapa kategori seperti *Quality*, *Performance*, *Process*, *Reliability* dan *Solution*. Keinginan/kebutuhan user dikelompokkan menggunakan Diagram Afinitas seperti pada Gambar 4.



Gambar 4. Diagram afinitas

D. Polls

Data kualitatif pengguna sistem informasi diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna Sistem Informasi Customer Marketing. Tabel I berikut merupakan persepsi pengguna sistem informasi yang digunakan dimana pada tabel tersebut menunjukkan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna.

Tabel II merupakan tingkat kepuasan yang diharapkan oleh pengguna, sehingga dengan tabel ini dapat diketahui atribut yang paling dibutuhkan dan perlu diperhatikan oleh perusahaan. Sedangkan Tabel III merupakan tingkat kepentingan yang menunjukkan urutan dari atribut yang paling dibutuhkan sampai dengan atribut yang dirasakan cukup memenuhi kebutuhan pengguna sistem informasi.

TABEL I
PERCEIVED SATISFACTION PERFORMANCE

Resp	Var1	Var2	Var3	Var4	Var5	Var6
1	5	5	5	4	5	4
2	3	3	3	4	4	4
3	5	4	4	3	5	3
4	4	4	4	3	4	3
5	3	3	3	2	3	2
6	4	4	4	4	5	4
7	4	4	4	4	4	4

TABEL II
EXPECTED SATISFACTION PERFORMANCE

Resp	Var1	Var2	Var3	Var4	Var5	Var6
1	5	5	5	4	5	4
2	5	5	5	5	5	5
3	5	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4
5	3	4	4	3	4	4
6	4	4	5	4	5	5
7	5	5	5	5	5	5

TABEL III
TINGKAT KEPENTINGAN

Resp	Var1	Var2	Var3	Var4	Var5	Var6
1	1	4	6	3	2	5
2	2	5	7	3	4	1
3	1	5	7	3	4	2
4	1	5	7	3	4	2
5	2	1	7	4	3	5
6	1	4	7	3	5	2
7	1	2	7	3	4	5

Dari data-data tersebut diatas dapat dibuat sebuah matriks perencanaan (*planning matrix*) sebagai berikut:

A. Important to Customer

Urutan tingkat kepentingan untuk masing-masing atribut dalam pengukuran kualitas layanan sistem informasi ini dapat dilihat pada Tabel IV berikut.

TABEL IV
IMPORTANT TO CUSTOMER

Skala Kepentingan	Urutan Kepentingan	Nomor Atribut	Keterangan Atribut
1.18	1	3	Tampilan Menarik
1.18	2	6	Server dapat menyimpan data dalam kapasitas yang besar
1.36	3	5	Sistem Informasi dapat meminimalkan kesalahan
1.24	4	2	Program Komunikatif
1.12	5	4	Sistem informasi mudah di <i>update</i>
1.00	6	7	Sistem informasi dapat on-line / intranet
1.00	7	1	Akses lebih cepat

B. Customer Satisfaction Performance

Customer Satisfaction Performance merupakan persepsi pengguna mengenai sistem informasi yang digunakan. Nilai *Satisfaction Performance* diperoleh dari *Performance Weight* dibagi dengan jumlah responden seperti yang ditunjukkan pada Tabel V.

TABEL V
CUSTOMER SATISFACTION PERFORMANCE

Atribut	Number of Respondent	Performance Weight	Weighted Average Performance (Perceived) Scale
Akses lebih cepat	7	28	4.00
Program Komunikatif	7	27	3.85
Tampilan Menarik	7	27	3.85
Sistem mudah di <i>update</i>	7	24	3.42
Sistem Informasi dapat meminimalkan kesalahan	7	27	3.85
Server dapat menyimpan data dalam kapasitas yang besar	7	24	3.42
Sistem informasi dapat <i>online</i> intranet	7	23	3.28

C. Goal (Expected)

Goal merupakan tingkat performansi yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam rangka untuk memenuhi *Customer Needs*. Performance goal ini ditentukan dalam skala yang sama dengan performance level. Goal yang ingin dicapai perusahaan diperoleh dari rata-rata tingkat kepuasan yang diharapkan pengguna seperti yang ditunjukkan dalam Tabel VI berikut.

TABEL VI
GOAL (EXPECTED)

Atribut	Number of Respondent	Performance Weight	Goal
Akses lebih cepat	7	31	4.42
Program Komunikatif	7	31	4.42
Tampilan Menarik	7	32	4.57
Sistem mudah di <i>update</i>	7	29	4.14
Sistem Informasi dapat meminimalkan kesalahan	7	33	4.71
Server dapat menyimpan data dalam kapasitas yang besar	7	31	4.42
Sistem informasi dapat <i>online</i> intranet	7	31	4.42

D. Expected Satisfaction Performance

Expected Satisfaction Performance merupakan performansi dari sistem informasi yang diharapkan oleh pengguna. Dari *Expected Satisfaction Performance* diperoleh *Gap* antara *Perceived Satisfaction Performance* dengan *Expected Satisfaction Performance*. Tabel VII

menunjukkan *Expected Satisfaction Performance* dan *Gap*.

TABEL VII
EXPECTED SATISFACTION PERFORMANCE DAN GAP

Atribut	Customer Satisfaction		
	Perceived	Expected	Gap
Akses lebih cepat	4.00	4.42	-0.42
Program Komunikatif	3.85	4.42	-0.57
Tampilan Menarik	3.85	4.57	-0.71
Sistem mudah di <i>update</i>	3.42	4.14	-0.71
Sistem Informasi dapat meminimalkan kesalahan	3.85	4.71	-0.85
Server dapat menyimpan data dalam kapasitas yang besar	3.42	4.42	-1.00
Sistem informasi dapat <i>online</i> intranet	3.28	4.42	-1.14

E. Improvement Ratio

Improvement Ratio merupakan suatu ukuran dari usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan *Customer Satisfaction Performance* dari atribut yang telah ditentukan. Tabel VIII menunjukkan data *Improvement Ratio*.

TABEL VIII
IMPROVEMENT RATIO

Atribut	Improvement Ratio
Akses lebih cepat	1.11
Program Komunikatif	1.15
Tampilan Menarik	1.18
Sistem mudah di <i>update</i>	1.21
Sistem Informasi dapat meminimalkan kesalahan	1.22
Server dapat menyimpan data dalam kapasitas yang besar	1.29
Sistem informasi dapat <i>online</i> intranet	1.35

F. Sales Point

Sales Point merupakan informasi tentang kemampuan layanan sistem informasi berdasarkan seberapa baik setiap *customer need* terpenuhi. Nilai *Sales Point* ditentukan berdasarkan *Importance to Customer*. Atribut yang paling penting oleh pengguna akan memiliki *Sales Point* tertinggi yaitu 1.5 seperti yang ditunjukkan dalam Tabel IX.

TABEL IX
SALES POINT

Atribut	Sales Point
Akses lebih cepat	1,2
Program Komunikatif	1
Tampilan Menarik	1
Sistem mudah di <i>update</i>	1,2
Sistem Informasi dapat meminimalkan kesalahan	1
Server dapat menyimpan data dalam kapasitas yang besar	1
Sistem informasi dapat <i>online</i> intranet	1

G. Raw Weight dan Normalized Raw Weight

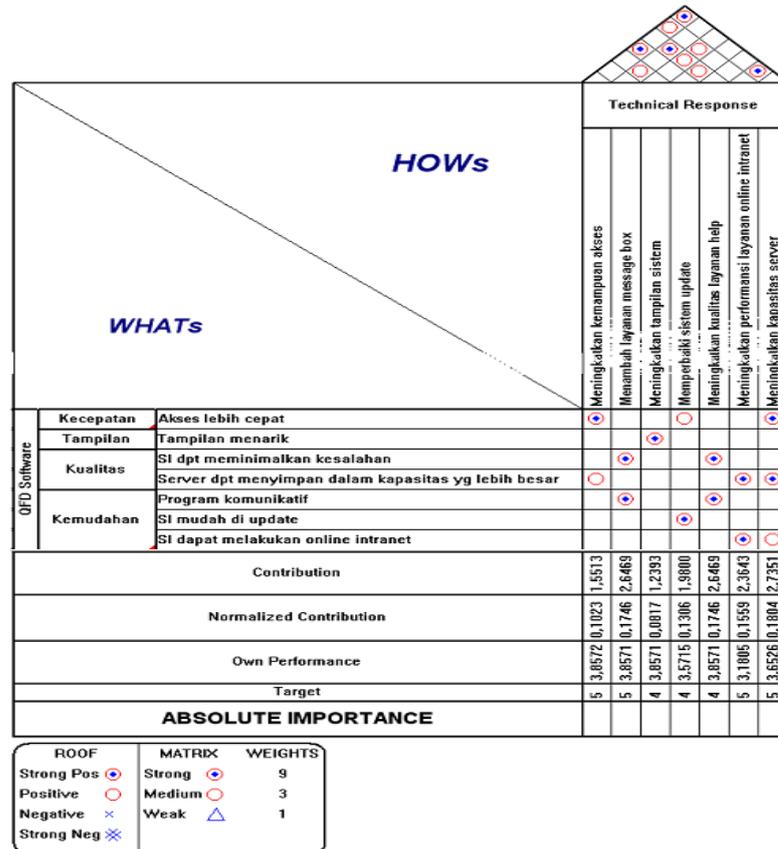
Raw Weight merupakan suatu nilai yang mengandung *Customer Satisfaction Performance*, *Improvement Ratio*, dan *Sales Point* seperti yang ditunjukkan pada Tabel X.

TABEL X
RAW WEIGHT DAN NORMALIZED RAW WEIGHT

Atribut	Raw Weight	Normalized Raw Weight
Akses lebih cepat	1.33	0.13
Program Komunikatif	1.42	0.14
Tampilan Menarik	1.40	0,14
Sistem mudah di <i>update</i>	1,64	0,16
Sistem Informasi dapat meminimalkan kesalahan	1.67	0.16
Server dapat menyimpan data dalam kapasitas yang besar	1,53	0,15
Sistem informasi dapat <i>online</i> intranet	1.35	0.13

Dari hasil perhitungan dan pengolahan data tersebut diatas diperoleh sebuah matriks *Quality Function Deployment* dalam bentuk *house of quality* tentang kualitas layanan Sistem Informasi Customer Marketing. Gambar 5 menunjukkan *house of quality* hasil

penelitian ini. Matriks ini menggambarkan atribut-atribut secara terperinci yang memberikan informasi kepada pihak perusahaan tentang nilai kualitas layanan Sistem Informasi Customer Marketing. Pihak perusahaan dapat melakukan analisis tentang informasi yang dihasilkan dari matriks ini secara komprehensif. Hasil dari *Quality Function Deployment* dapat memberikan informasi tentang perbaikan mana yang diutamakan sesuai dengan target pelayanan yang harus diberikan pada user terkait layanan sistem informasi customer marketing yang ada (Mistrik et al., 2015).



Gambar 5. House of quality

V. KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan sebuah house of quality dari layanan Sistem Informasi Customer Marketing perusahaan pembiayaan. House of quality merupakan matriks yang menghubungkan antara keinginan pengguna dan pengembang sistem informasi sehingga pengembang dapat memiliki informasi terkait dengan layanan-layanan yang diberikan oleh Sistem Informasi Customer Marketing. Secara umum Sistem Informasi Customer Marketing cukup memuaskan karyawan perusahaan, namun tingkat kepuasan yang diterima belum sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini dapat dilihat dari nilai gap yang nilainya masih negatif. Atribut sistem informasi masih sangat membutuhkan perhatian dari perusahaan untuk segera diperbaiki. Adapun urutan tingkat kebutuhan berdasarkan gap adalah sistem informasi dapat online intranet, server dapat menyimpan data dalam kapasitas yang besar, sistem informasi dapat meminimalkan kesalahan, sistem mudah di update, tampilan menarik, program komunikatif, serta akses lebih cepat.

Metode Quality Function Deployment dapat dijadikan sebagai alat bantu untuk mengetahui dan memahami keinginan/suara pengguna sistem informasi dan dapat dijadikan sebagai alat pemberi informasi kebutuhan dan harapan pengguna akan suatu sistem informasi yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu Widya Arizona. (2014). Analisis Mutu Layanan Unit Rekam Medis Berdasarkan Kepuasan Pelanggan Internal Dengan Menggunakan Metode Service Quality Dan Quality Function Deployment Di RSD Kalisat Jember. *Jurnal Manajemen Informasi Kesehatan Indonesia*, 2(1).
- Davide Maritan. (2014). *Quality Function Deployment (QFD): Definitions, History and Models*. Springer Nature Switzerland AG.
- Davide Maritan. (2015). *Practical Manual of Quality Function Deployment*. Springer Nature Switzerland AG.
- Dhamayanthi, W., Sugiartono, E., Wibowo, N. S., & Agustianto, K. (2019). Development of Indonesian Geographical Small and Medium Enterprises (UMKM) Distribution Visualization Systems to Support the Improvement of People's Economy. *The 2nd International Conference on Food and Agriculture*. <https://publikasi.poliije.ac.id/index.php/ProceedingICOFA/article/view/1873>
- Dorothea Wahyu Ariani. (2020). *Manajemen Kualitas (Edisi 2)*. Universitas Terbuka.
- Endang Suhendar dan Suroto. (2014). Penerapan Metode Quality Function Deployment (QFD) Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Akademik Pada UB. *Official Journal of Universitas Indraprasta PGRI*, 7(4).
- Hakim, A. L. (2018). Analisis Kualitas Layanan Dengan Metode Quality Function Deployment (QFD) Pada J&T Express. *Jurnal Manajemen Dan Teknik Industri –Produksi*, 18(1).
- Irviani, E. Y. A. dan R. (2017). *Pengantar Sistem Informasi*. Penerbit Andi.
- Ivan Mistrik, Richard M Soley, Nour Ali, John Grundy, B. T. (2015). *Software Quality Assurance*. Morgan Kaufmann.
- Jack, H. (2013). *Engineering Design, Planning, and Management*. Academic Press.
- Jose C. Principe, Badong Chen, Yu Zhu, J. H. (2013). *System Parameter Identification: Information Criteria and Algorithms*. Elsevier.
- Kiran, D. . (2017). *Total Quality Management: Key Concepts and Cases*. Elsevier Butterworth Heinemann.
- Marakas, J. A. O. dan G. M. (2017). *Pengantar Sistem Informasi (e16) 2*. Penerbit Salemba Empat.
- Muhammad Rum. (2019). *Penerapan Metode Quality Function Deployment Pada Sistem Informasi Manajemen Pelatihan Pengajar Di Lembaga Kursus Dan Pelatihan Tar-Q Bandung*. Universitas Komputer Indonesia.
- Munawir dan Lukman Ahmad. (2018). *Sistem Informasi Manajemen*. Lembaga Komunitas Informasi Teknologi Aceh (KITA).
- Rainer, R. K. (2014). *Introduction to Information Systems*. 5th Edition International Student Version.
- Supriyadi, E. (2021). *Sistem Informasi Bisnis Dunia Versi 4.0*. Penerbit Andi.
- Sutabri, T. (2012). *Konsep Sistem Informasi*. CV. Andi Offset (Penerbit Andi).
- Tang, H. (2021). *Quality Planning and Assurance*. Wiley.
- Tony Wijaya. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa : Desain Servqual, QFD, dan Kano*. PT Indeks.
- Wahda Farah Batari dan Budi Irmawati. (2020). Rancang Bangun Sistem Informasi Analisis Kepuasan Dalam Proses Belajar Mengajar Di SMA Negeri 3 Mataram Menggunakan Metode Quality Function Deployment. *JTIKA*, 2(2).