

ISSN : 1412-5331

MAJALAH ILMIAH
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SEMARANG

S O L U S I

Vol. 8 No. 1 Januari 2009

Penerimaan Auditor atas *Dysfunctional Audit Behavior*
Agusta Eka Baskara, Ardiani Ika S.

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai
Perusahaan-perusahaan Go Public di Indonesia (Studi Kasus pada
Perusahaan *Textile* dan *Apparel* di Bursa Efek Indonesia
Periode 2003-2007)
Arif Rahman Hakim, Indarto

Keunggulan dan Kelemahan Usaha Kecil
Wahyu Hidayat

Perkembangan Filsafat Keilmuan Islam : Kelahiran,
Perkembangan dan Kemundurannya
Emrinaldi Nur DP

Pengukuran Kinerja dalam Instansi Pemerintah Daerah
Dian Indudewi

Pemasaran Relasional, Faktor Keberhasilan dalam
Mempertahankan Pelanggan
Dc. Kuswardani, Raully Sijabat

Orientasi Etika dan Faktor Eksternal : Kaitannya dengan
Independensi dan Kualitas Audit Seorang Auditor
Germana Causin EDW, Riski Aditya, Ardiani Ika S

Metode *Quality Function Deployment* untuk
Perpustakaan pada Perguruan Tinggi
Tri Endang Yani

Inflasi dan Pengangguran di Saat Krisis
Sri Purwantini

Rasionalisasi Privatisasi
Kesi Widjajanti

ISSN : 1412-5331

MAJALAH ILMIAH
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SEMARANG

S O L U S I

Vol. 8 No. 1 Januari 2009

Penerimaan Auditor atas *Dysfunctional Audit Behavior*
Agusta Eka Baskara, Ardiani Ika S.

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai
Perusahaan-perusahaan Go Public di Indonesia (Studi Kasus pada
Perusahaan *Textile* dan *Apparel* di Bursa Efek Indonesia
Periode 2003-2007)
Arif Rahman Hakim, Indarto

Keunggulan dan Kelemahan Usaha Kecil
Wahyu Hidayat

Perkembangan Filsafat Keilmuan Islam : Kelahiran,
Perkembangan dan Kemundurannya
Emrinaldi Nur DP

Pengukuran Kinerja dalam Instansi Pemerintah Daerah
Dian Indudewi

Pemasaran Relasional, Faktor Keberhasilan dalam
Mempertahankan Pelanggan
Dc. Kuswardani, Raully Sijabat

Orientasi Etika dan Faktor Eksternal : Kaitannya dengan
Independensi dan Kualitas Audit Seorang Auditor
Germana Causin EDW, Riski Aditya, Ardiani Ika S

Metode *Quality Function Deployment* untuk
Perpustakaan pada Perguruan Tinggi
Tri Endang Yani

Inflasi dan Pengangguran di Saat Krisis
Sri Purwantini

Rasionalisasi Privatisasi
Kesi Widjajanti

SOLUSI

Mengkaji masalah-masalah sosial, ekonomi dan bisnis
Terbitan 3 bulan sekali
(Januari, April, Juli, Oktober)

Penerbit :
Fakultas Ekonomi Universitas Semarang

Pelindung :
Rektor Universitas Semarang

Penanggungjawab :
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Semarang

Dewan redaksi :
Prof. Dr. Pahlawansjah Harahap, SE, ME (USM)
Prof. Dr. Imam Ghozali M.Com, Hons.Akt (UNDIP)
Prof. Supramono SE, MBA, DBA(UKSW)
Prof. Dr. Dra. Sulastris ME. M.kom (UNISRI)
Dr. Ir. Kesi Widjajanti SE MM (USM)

Redaktur Pelaksana :
Andy Kridasusila SE MM
Ardiani Ika S., SE MM Akt
Adijati Utaminingsih SE MM

Sekretaris Redaksi :
Amerty

Tata Usaha :
Ali Arifin

Alamat Penerbit/Redaksi :
Jl. Soekarno Hatta (Tlogosari)
Telp. (024) 6702757, Fax. (024) 6702272
SEMARANG – 50196

Terbit Pertama kali : Juli 2002

KATA PENGANTAR

Sungguh merupakan kebahagiaan tersendiri bagi kami, tatkala kami dapat hadir rutin setiap 3 bulan sekali untuk saling bertukar pikiran mengenai hal-hal baru di bidang ilmu ekonomi baik manajemen, akuntansi maupun studi pembangunan.

Pada kesempatan ini kami mengucapkan banyak terima kasih kepada pembaca, pengirim artikel yang antusias untuk melakukan tukar pikiran dan berkomunikasi melalui media ini. Sekiranya hal ini dapat dipertahankan, maka selain kehadiran kami akan selalu dapat terlaksana dengan tepat waktu dan artikel yang beragam, wawasan pembaca juga akan semakin luas.

Penerbitan majalah ilmiah SOLUSI kali ini menghadirkan 10 (sepuluh) artikel yang telah kami anggap layak untuk diterbitkan, dengan harapan artikel-artikel ini dapat menjadi tambahan referensi bagi para pembaca dan menjadi sumbangan kami terhadap dunia ilmu pengetahuan khususnya bidang ilmu ekonomi bagi pengembangan organisasi swasta maupun institusi pemerintahan Negara Republik Indonesia.

Hormat kami,

Redaksi

SOLUSI

Vol. 8 No. 1 Januari 2009

ISSN : 1412-5331

DAFTAR ISI

1. Penerimaan Auditor atas <i>Dysfunctional Audit Behavior</i> <i>Agusta Eka Baskara, Ardiani Ika S.</i>	1 - 7
2. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan-perusahaan Go Public di Indonesia (Studi Kasus pada Perusahaan <i>Textile</i> dan <i>Apparel</i> di Bursa Efek Indonesia Periode 2003-2007)..... <i>Arif Rahman Hakim, Indarto</i>	9 - 23
3. Keunggulan dan Kelemahan Usaha Kecil <i>Wahyu Hidayat</i>	25 - 28
4. Perkembangan Filsafat Keilmuan Islam : Kelahiran, Perkembangan dan Kemundurannya <i>Emrinaldi Nur DP</i>	29 - 38
5. Pengukuran Kinerja dalam Instansi Pemerintah Daerah <i>Dian Indudewi</i>	39 - 45
6. Pemasaran Relasional, Faktor Keberhasilan dalam Mempertahankan Pelanggan <i>Dc. Kuswardani, Raully Sijabat</i>	47 - 64
7. Orientasi Etika dan Faktor Eksternal : Kaitannya dengan Independensi dan Kualitas Audit Seorang Auditor <i>Germana Causin EDW, Riski Aditya, Ardiani Ika S</i>	65 - 70
8. Metode <i>Quality Function Deployment</i> untuk Perpustakaan pada Perguruan Tinggi <i>Tri Endang Yani</i>	71 - 80
9. Inflasi dan Pengangguran di Saat Krisis <i>Sri Purwantini</i>	81 - 84
10. Rasionalisasi Privatisasi <i>Kesi Widjajanti.</i>	85 - 92

Metode *Quality Function Deployment* untuk Perpustakaan pada Perguruan Tinggi

Oleh:

Tri Endang Yani

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Semarang

Pendahuluan

Perpustakaan adalah salah satu bagian penting di sebuah lembaga pendidikan yang berfungsi sebagai pendukung dalam kegiatan proses belajar mengajar. Perpustakaan menyediakan buku-buku, majalah ilmiah, jurnal ilmiah, dan terbitan lainnya yang dibutuhkan untuk menambah ilmu pengetahuan. Keberhasilan proses belajar mengajar tidak terlepas dari keberadaan unit perpustakaan. Sebagai bagian dari sebuah fakultas atau universitas, perpustakaan bertugas melayani mahasiswa dan dosen yang membutuhkan buku-buku atau referensi. Oleh karena itu hendaknya perpustakaan memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan dan kebutuhan para mahasiswa dan dosen, sehingga bisa memuaskan para pengguna jasa perpustakaan tersebut. Pelayanan yang sudah sesuai dengan harapan dan kebutuhan para pengguna jasa ini dikatakan sebagai pelayanan yang berkualitas.

Definisi kualitas menurut Crosby (1979) adalah *conformance to requirement* atau kesesuaian dengan persyaratan. Persyaratan yang dimaksud disini adalah persyaratan yang diinginkan konsumen, bukan yang diberikan perusahaan. Jadi kualitas merupakan keseluruhan karakteristik produk atau jasa yang dapat memuaskan

kebutuhan konsumen dan yang sesuai dengan persyaratan yang diinginkan. Dari definisi di atas dapat dilihat bahwa perhatian sebuah unit pelayanan untuk menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas adalah para pengguna jasa. Dalam hal perpustakaan mahasiswa adalah yang akan menilai kualitas pelayanan perpustakaan yang diterimanya, dengan cara membandingkan apa yang mereka terima dengan apa yang mereka harapkan.

Untuk dapat mengetahui jasa/pelayanan yang seperti apa yang diinginkan, dibutuhkan dan diharapkan oleh mahasiswa, maka perlu dilakukan penelitian pada mahasiswa, sehingga tidak terjadi perbedaan persepsi mengenai apa yang diberikan kepada mahasiswa dan apa yang sebenarnya dibutuhkan mahasiswa. Salah satu caranya adalah melakukan evaluasi internal yaitu tentang bagaimana pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan kepada mahasiswanya. Kemudian mendesain kembali pelayanan, sehingga dihasilkan suatu pelayanan yang sesuai dengan keinginan mahasiswa. Metode yang digunakan untuk membuat desain pelayanan berdasarkan *voice of the customer* (suara konsumen) adalah analisis *Quality Function Deployment* (QFD)

Pengertian Kualitas

Sebagaimana diketahui, bahwa untuk mencapai keunggulan kompetitif, perusahaan harus menghasilkan barang dan jasa yang berkualitas. Kualitas merupakan salah satu faktor yang ikut menentukan pemilihan produk bagi pelanggan.

Beberapa definisi kualitas dikemukakan oleh para ahli dari sudut pandang yang berbeda. Definisi kualitas menurut Juran (1979) adalah *fitness for use* (kesesuaian dalam penggunaan). Definisi ini berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pelanggan. Sedangkan Crosby (1979) mengatakan bahwa kualitas adalah kesesuaian dengan persyaratan pelanggan. Taguchi (1987) mengemukakan adanya *loss to society*, yaitu setiap penyimpangan dari target merupakan kerugian yang harus dibayar pelanggan. Krajewski dan Ritzman (1990) mendefinisikan kualitas dari sudut pandang produsen dan konsumen. Dari sudut pandang produsen, kualitas adalah kesesuaian terhadap spesifikasi dimensi-dimensi kritis dari setiap bagian yang dihasilkan. Sedangkan dari sudut pandang konsumen kualitas adalah nilai, yaitu seberapa baik suatu produk atau jasa yang disajikan pada tingkat harga yang bersedia dibayar konsumen. Kotler (1997) menyatakan kualitas sebagai keseluruhan ciri dan karakteristik produk atau jasa yang mendukung kemampuan untuk memuaskan kebutuhan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan diakhiri dengan bagaimana persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas merupakan keseluruhan perilaku terhadap keunggulan suatu jasa/pelayanan.

Dengan mengacu pada definisi-definisi di atas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil pengertian kualitas adalah kesesuaian dengan kebutuhan pelanggan dan ditujukan untuk memuaskan pelanggan. Karena kebutuhan pelanggan selalu berubah dari waktu ke waktu maka setiap saat kualitas harus diperbaiki.

Kualitas Pelayanan

Produk dibedakan menjadi dua yaitu barang dan jasa. Perbedaan dan karakteristik barang dan jasa mempunyai implikasi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Karakteristik jasa adalah: tidak terwujud (*intangible*), saat mengkonsumsi dan saat memproduksi bersamaan, produknya bervariasi dan tidak dapat disimpan.

Berdasarkan karakteristiknya ini, maka kualitas jasa atau pelayanan lebih sukar dipahami bila dibandingkan dengan kualitas barang. Produk jasa seringkali bervariasi diantara karyawan, pelanggan dan dari waktu ke waktu, sehingga sulit untuk dilakukan standarisasi produk. Dalam produk jasa, kualitas terjadi selama proses penyerahan kepada pelanggan dimana terjadi interaksi antara pelanggan dan karyawan perusahaan jasa. Lehtinen & Lehtinen (1982) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dihasilkan dalam interaksi antara konsumen dan elemen-elemen dalam organisasi jasa. Zeithaml dkk. (1988) menyatakan bahwa kualitas jasa memiliki ketergantungan yang tinggi pada kinerja karyawan, sumber organisasional, dimana mereka tidak dapat dikontrol semudah komponen barang yang diproduksi.

Oleh karena itu, untuk meningkatkan kualitas perusahaan harus memperhatikan karyawan dan meningkatkan komitmen, kesadaran dan kemampuan karyawan dan staf, terutama karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan.

Penelitian tentang kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Parasuraman, dkk menghasilkan konsep penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang disebut konsep selisih antara persepsi-harapan yang akhirnya dijadikan dasar skala SERVQUAL. Mereka mengidentifikasi lima dimensi kualitas dalam pelayanan, yaitu:

1. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa pelayanan dengan segera dan memuaskan
2. *Responsiveness* (Daya Tanggap), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggap.
3. *Assurance* (Jaminan) yaitu kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan.
4. *Empathy* (empati), yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan.
5. *Tangibles* (bukti fisik), yaitu fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

Quality Function Deployment (QFD)

QFD adalah metode perancangan dan pengembangan produk dan jasa. Konsepnya adalah bagaimana perusahaan merancang dan mengembangkan produk atau jasa sesuai dengan *voice of customer* dan dipadukan dengan *voice of engineer* yang merupakan cerminan dari kemampuan teknis perusahaan dalam memenuhi keinginan pelanggan tersebut.

Dengan kata lain QFD adalah suatu alat untuk mengubah harapan pelanggan kedalam persyaratan-persyaratan produksi. Esensinya adalah untuk menterjemahkan suara pelanggan agar perusahaan mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan. Disamping untuk menemukan kebutuhan-kebutuhan pelanggan dengan lebih baik, QFD juga membantu untuk mengurangi waktu yang diperlukan dalam melaksanakan perubahan-perubahan *engineering* dan meminimalkan biaya-biaya permulaan.

Tujuan QFD adalah untuk menjamin bahwa produk yang dihasilkan dapat memenuhi tingkat kualitas yang diperlukan sehingga benar-benar dapat memuaskan kebutuhan pelanggan. Selain untuk mendesain kualitas dalam proses pelayanan yang baru, pendekatan ini bermanfaat untuk mendesain kembali (*redesign*) keberadaan pelayanan dan sebagai alat diagnosa untuk perbaikan kualitas berkesinambungan (*continuous quality improvement*).

Kekuatan QFD terletak pada filosofinya, yaitu *voice of the customer* akan mengendalikan segala sesuatu yang dilakukan organisasi melalui proses pengembangan dan pengiriman produk dan jasa (Hunter, 1994).

Denton (1988) mendefinisikan QFD adalah menterjemahkan *voice of the customer* kedalam desain, material, proses dan produksi serta ukuran. Cohen (1995) mengatakan bahwa QFD merupakan suatu metode bagi perencanaan dan pengembangan produk yang terstruktur dengan memanfaatkan suatu tim pengembangan untuk menspesifikasi secara jelas keinginan dan kebutuhan pelanggan serta kemudian mengevaluasi setiap usulan produk secara sistematis dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut.

Keneth Crow (1986) mengatakan bahwa QFD adalah suatu pendekatan terstruktur untuk mendefinisikan kebutuhan dan persyaratan pelanggan dan menterjemahkannya ke dalam rencana-rencana yang spesifik untuk menghasilkan produk dan jasa yang sesuai dengan persyaratan pelanggan.

Secara teknis QFD diwujudkan dalam suatu matrik *House of Quality* (HOQ). Disebut demikian karena bentuknya seperti kerangka rumah, yang terdiri dari dinding, atap dan pondasi. Dinding sebelah kiri berisi *voice of customer*, sedangkan *voice of engineer* menempati atap rumah. Proses QFD dilakukan dengan cara menterjemahkan *customer requirement (whats)* dengan bahasa pelanggan sendiri ke dalam *technical requirement (how/bagaimana)* perusahaan dapat memenuhi kebutuhan *customer requirement*.

Analisis QFD pada perusahaan jasa, dilakukan dengan memadukan QFD dengan dimensi kualitas jasa, dalam hal ini adalah SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman, dkk (1988), yang menghasilkan pendekatan yang disebut sebagai *House of Service Quality (HOSQ) approach* (Behara, 1993). Dasar dari HOSQ adalah jaringan keterkaitan kualitas jasa. Hal ini dapat dilihat dari gambar 1. Jaringan ini mengandung tiga elemen, yaitu:

1. *Customer Requirement*, yang mencakup lima dimensi kualitas jasa.
2. *Service Company Facets/technical description*, yang meliputi perencanaan, prosedur dan aspek-aspek personil sistem penyampaian njasa.
3. *Relationship grid*, yang menilai kekuatan hubungan antara pelanggan dan aspek-aspek jasa. Kekuatan hubungan antara customer requirement dengan technical requirement secara subyektif diberi simbol ● untuk hubungan kuat, simbol □ untuk hubungan sedang dan simbol ☼ untuk hubungan lemah.

Gambar 1: Jaringan keterkaitan kualitas pelayanan

<i>How</i>	(2) <i>Service company facets (design requirement)</i>
<i>What</i>	(3) <i>Relationship Grid</i>
(1) <i>Customer Requirement</i> <i>Reliability</i> <i>Responsiveness</i> <i>Assurance</i> <i>Emphaty</i> <i>Tangibles</i>	● <i>Strong Relationship</i> □ <i>Medium Relationship</i> ☼ <i>Weak Relationship</i>

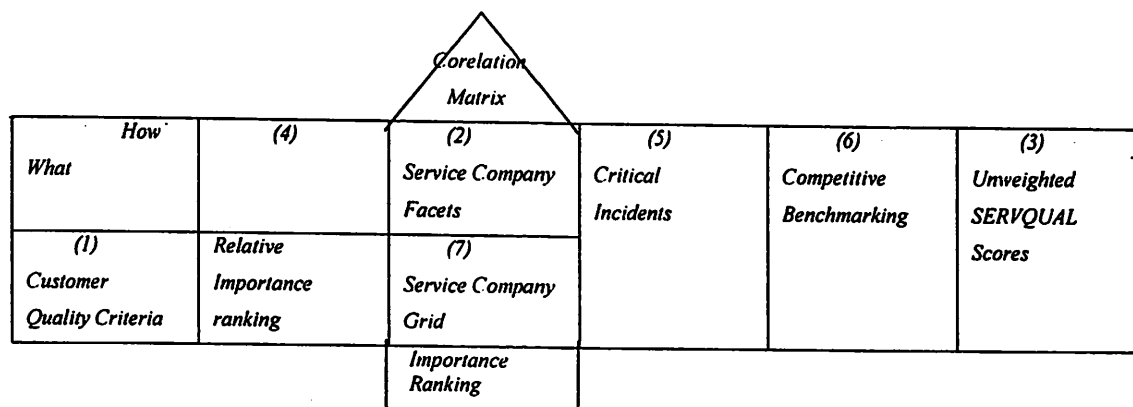
Sumber: Ravi Behara & Richard Chase dalam Fitzsimmons (1994)

Skema secara lengkap dari HOSQ ditunjukkan dalam gambar 2: Komponen-komponen HOSQ dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Customer Requirement Criteria*, memuat lima dimensi kualitas pelayanan, yang diterjemahkan ke dalam persyaratan sekunder dan tersier.
2. *Service company Facets*, memuat elemen-elemen perencanaan, prosedur dan personil dalam desain sistem penyampaian pelayanan.
3. *Unweighted SERVQUAL scores*, memuat hasil rata-rata skor gap 5 (dalam model kualitas jasa) untuk seluruh kualitas tersier.
4. *Relative Importance Ranking*, memuat tingkat kepentingan dari lima dimensi kualitas.
5. *Critical Incidents*, memuat jumlah keluhan pelanggan atas kegagalan penyampaian pelayanan dalam satu periode waktu.
6. *Competitive Benchmark*, memuat perbedaan nilai antara jasa perusahaan dengan pesaing

7. *Relationship Grid*, memuat simbol-simbol hubungan, yang terdiri dari hubungan kuat dengan simbol ● nilainya 9, hubungan sedang dengan simbol □ nilainya 3 dan hubungan lemah dengan simbol ⊗ nilainya 1.
8. *Importance Ranking*, memuat ranking nilai bobot keseluruhan dari aspek perusahaan.
9. *Correlation Matrix*, menunjukkan kekuatan hubungan antara aspek-aspek perusahaan untuk menunjukkan kerjasama antara departemen yang berbeda.

Gambar 2: *House of Service Quality*



Manfaat QFD

Lockamy dan Khurana (1995) mengemukakan manfaat QFD adalah sebagai berikut:

1. Pencapaian kepuasan pelanggan yang lebih baik yang dihasilkan dari peningkatan kualitas design.
2. Menghasilkan lead time yang lebih pendek. Hal ini bisa terjadi karena QFD dapat mengurangi perubahan-perubahan desain di tengah jalan (1995). Perancangan yang baik dan telah mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan pelanggan memungkinkan terciptanya produk yang tepat sehingga tidak mudah berubah. Selain itu, QFD juga membantu mengurangi kesalahan pada tahap implementasi karena perencanaannya sudah sedemikian detail.
3. Keterkaitan yang lebih baik antara berbagai desain dan tahapan manufaktur/pemrosesan.
4. Pengurangan jumlah komponen produk yang dibutuhkan.
5. Peningkatan kondisi kerja melalui integrasi fungsi secara horisontal.

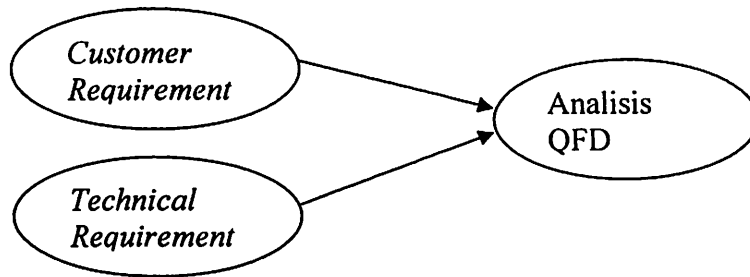
Hauser (1993) mengatakan bahwa dalam beberapa kasus, QFD terbukti mampu menurunkan biaya desain produk sampai 60% dan menurunkan waktu yang dibutuhkan sampai dengan 40%. Rendahnya biaya ini disebabkan oleh kecilnya kemungkinan adanya pengerjaan ulang karena kesalahan-kesalahan yang seharusnya tidak terjadi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan QFD dapat membantu menurunkan biaya produk, meningkatkan kualitas dan kecepatan proses dan pada akhirnya berdampak positif terhadap penjualan dan laba perusahaan.

Analisis QFD Untuk Perpustakaan Pada Perguruan Tinggi

Dalam tulisan ini disajikan model QFD yang diterapkan pada perpustakaan dalam rangka perbaikan kualitas pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan (*voice of the customer*) dalam hal ini adalah mahasiswa.

Studi eksploratif penerapan konsep QFD terhadap desain pelayanan yang berkualitas bagi perpustakaan dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 3: Model Studi Eksploratif



Pada model tersebut, *the voice of the customer* (VOC) atau *customer requirement* yang merupakan komponen *What* meliputi *needs*, *wants* dan *expect* terhadap jasa pelayanan ditangkap dengan menggunakan dimensi kualitas jasa SERVQUAL, yang meliputi *Tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*. Dimensi-dimensi ini kemudian dimasukkan kedalam matrik *The house of service quality* bersama dengan *technical requirement* (komponen *How*) yang merupakan pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan. Dari matrik ini diperoleh informasi yang bisa digunakan untuk mendesain, redesain dan *continues improvement* pelayanan yang berkualitas.

Dalam analisis QFD, tahapan yang pertama kali dilakukan adalah tahapan perencanaan dan persiapan, Tahap ini adalah:

- a. menyiapkan dukungan organisasioal, yang meliputi dukungan dari pihak manajemen, dukungan fungsional dan dukungan teknis QFD.
- b. Menentukan tujuan yang diadakannya analisis QFD
- c. Menentukan siapa pelanggan, karena analisis QFD ini dasarnya adalah suara pelanggan. Dalam hal ini adalah mahasiswa yang menjadi pelanggan perpustakaan.
- d. Menentukan cakupan produk. Dalam hal ini menentukan pelayanan yang termasuk dalam analisis QFD.
- e. Melengkapi fasilitas dan material yang mendukung bagi analisis QFD.

Analisis QFD untuk perpustakaan yang diwujudkan dalam *House Of Services Quality* (HOSQ). Tahap-tahap analisis QFD yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi *customer requirement* pelayanan pada perpustakaan. Tahap ini merupakan tahap pra survei untuk mengidentifikasi kriteria pelayanan yang diinginkan oleh mahasiswa. Prasurvei dilakukan dengan wawancara terhadap mahasiswa untuk mengetahui pelayanan perpustakaan yang diinginkan dan dibutuhkan mahasiswa. Kriteria pelayanan perpustakaan didasarkan pada SERVQUAL, yaitu lima dimensi kualitas jasa yang meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangible*. Dari kriteria ini kemudian dijabarkan lagi ke dalam 22 item pelayanan yang diinginkan mahasiswa. Pada HOSQ *customer requirement* diletakkan pada dinding sebelah kiri. Berikut ini tabel yang memuat *customer requirement* pelayanan pada perpustakaan.

Tabel 1
Customer Requirement Pelayanan Pada Perpustakaan

Customer Requirement	Item
I. Tangible	1. Jumlah Buku
	2. Ketersediaan Jurnal
	3. Ketersediaan Koran
	4. Penataan Buku
	5. Komputerisasi Katalog
	6. Kenyamanan Ruang Baca
	7. Ketersediaan Loker
	8. Penampilan Petugas
II. Reliability	9. Ketepatan Waktu Pelayanan
	10. Kemampuan Petugas
	11. Kesigapan Petugas
	12. Kemudahan mengurus Administrasi
III. Responsiveness	13. Ketersediaan Informasi Waktu Pelayanan
	14. Kesiadaan petugas Untuk Membantu Mahasiswa
	15. Petugas selalu ada di tempat.
	16. Petugas melayani dengan segera
IV. Assurance	17. Petugas dapat dipercaya
	18. Petugas dapat menjawab isi perpustakaan
	19. Petugas sopan
	20. Keamanan Perpustakaan
V. Empathy	21. Perhatian petugas pada mahasiswa
	22. Kepedulian petugas pada mahasiswa

2. Merangking *customer requirement* berdasarkan tingkat kepentingannya. Setelah memperoleh daftar *Customer requirement*, kemudian dibuat kuesener. Kuesener ini disebarikan kepada mahasiswa untuk mendapatkan penilaian tentang tingkat kepentingan berdasarkan persepsi para mahasiswa dengan pemberian bobot kepentingan 1-5. Bobot 1 berarti sangat tidak penting, 2 tidak penting, 3 netral, 4 penting dan 5 sangat penting. Hasil penilaian ini kemudian diranking dan akan menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola perpustakaan didalam menentukan prioritas pelayanan perpustakaan. Pada matrik HOSQ nilai tingkat kepentingan (*importance ranking*) bisa dilihat pada dinding sebelah kiri, di samping *customer requirement*.
3. Merangking *customer requirement* berdasarkan tingkat kebaikan kualitas pelayanan (skala preferensi mahasiswa). Setelah menentukan tingkat kepentingan *Customer requirement*, tahap selanjutnya adalah menentukan tingkat kebaikan pelayanan perpustakaan (skala preferensi mahasiswa). Dalam hal ini mahasiswa diminta untuk menilai tingkat kebaikan item-item *customer requirement* yang ada pada perpustakaan. Cara penilaiannya adalah dengan memberikan bobot 1-5, dimana bobot 1 berarti sangat tidak baik, 2 tidak baik, 3 netral, 4 baik dan 5 sangat tidak baik. Pada matrik HOSQ skala preferensi mahasiswa ini diletakkan pada dinding sebelah kanan.
4. Menterjemahkan *customer requirement* pada unit-unit jasa pelayanan/*design requirement/technical requirement / Service company facets*. Tahap berikutnya dalam pembuatan matrik HOSQ adalah menterjemahkan *customer requirement* pada unit-unit jasa

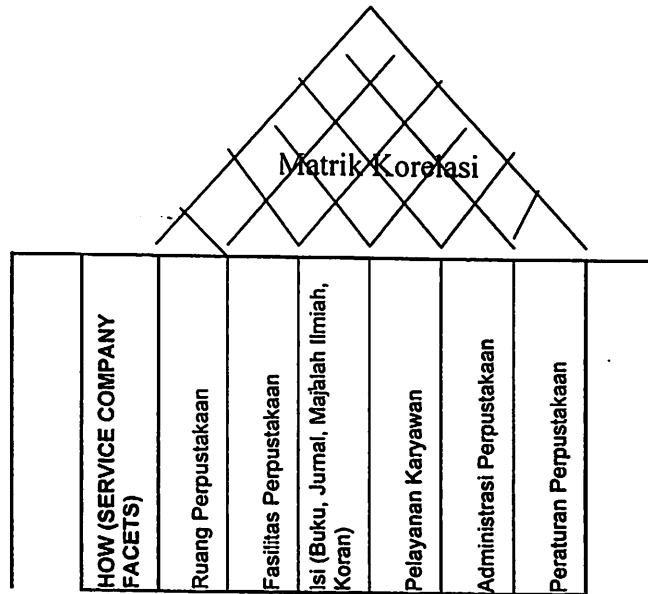
pelayanan perpustakaan. Unit-unit jasa pelayanan ini baik secara langsung maupun tidak langsung bertujuan untuk melayani mahasiswa. Komponen design requirement bisa dilihat pada tabel 4. Desain requirement ini terdiri dari enam unit pelayanan.

Tabel 2
Desain Requirement pada perpustakaan

No.	Desain Requirement
1.	Ruang Perpustakaan
2.	Fasilitas Perpustakaan
3.	Isi (Buku, Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran)
4.	Pelayanan Karyawan
5.	Adminstrasi Perpustakaan
6.	Peraturan Perpustakaan

5. Menentukan hubungan *customer requirement* dengan *design requirement* (*matrik relationship grid*). Dalam hal ini kita membuat matrik yang menghubungkan antara *customer requirement* dengan *design requirement*. Hubungan dikategorikan ke dalam kuat, sedang dan lemah. Hubungan dikategorikan kuat bila komponen *design requirement* perpustakaan mampu menjawab *customer requirement*, hubungan dikategorikan sedang bila komponen *design requirement* hanya mendukung *customer requirement*, dan hubungan dikatakan lemah bila *design requirement* mempengaruhi *customer requirement*. Hubungan antara *customer requirement* dengan *design requirement* ditunjukkan dengan simbol-simbol. Simbol ● menunjukkan adanya hubungan yang kuat (nilainya 9). Simbol □ menunjukkan adanya hubungan yang sedang (nilainya 3) dan simbol ✕ menunjukkan adanya hubungan yang lemah (nilainya 1). Pada HOSQ matrik relationship ini terletak pada dinding tengah.
6. Menentukan *important ranking*. *Important ranking* memuat ranking nilai bobot keseluruhan dari aspek perusahaan. *Important ranking* ini dihitung berdasarkan matrik *relationship grid*. Hasil ranking ini menunjukkan unit-unit pelayanan yang harus diprioritaskan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan harapan mahasiswa. Pada HOSQ *Important ranking* terletak di bawah matrik *relationship grid*.
7. Membuat matrik korelasi (*Correlation Matrix*) atau hubungan diantara unit-unit *design requirement*. Hubungan diantara unit-unit design requirement digolongkan menjadi dua yaitu sinergi dan konflik. Hubungan sinergi terjadi apabila dua komponen design requirement saling mendukung untuk memenuhi customer requirement. Sedangkan hubungan konflik terjadi apabila dua komponen design requirement saling bertentangan dalam pelaksanaannya. Hubungan sinergi ditandai dengan simbol √, sedangkan hubungan hubungan konflik ditandai dengan simbol X. Pada HOSQ ini matrik korelasi terletak pada bagian atap.

Gambar 4
Matrik Korelasi



8. Menentukan *Competitive Benchmarking*, yaitu menilai perbedaan bobot antara pelayanan perpustakaan kita dengan perpustakaan pesaing. Di sini mahasiswa melakukan evaluasi kinerja pelayanan perpustakaan kita dan perpustakaan pesaing. Kemudian membandingkan kinerja pelayanan perpustakaan kita dengan perpustakaan pesaing. Pada *HOSQ competitive Benchmarking* terletak pada dinding sebelah kanan.
9. Menentukan *Unweighted SERVQUAL scores*, yaitu hasil rata-rata skor gap 5 dalam model kualitas jasa. Di sini kita membandingkan antara harapan dan kenyataan pelayanan perpustakaan berdasarkan persepsi mahasiswa.
10. Membuat kesimpulan dari seluruh analisis yang telah dilakukan di atas, yaitu membuat prioritas pelayanan perpustakaan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan mahasiswa.

Berikut ini kami sajikan matrik *House Of Service Quality (HOSQ)* secara keseluruhan untuk sebuah perpustakaan.

Gambar 5
House Of Service Quality Perpustakaan

WHAT (CUSTOMER REQUIREMENT)	Tk. Kepentingan Rata-rata	HOW (SERVICE COMPANY FACETS)	Ruang Perpustakaan	Fasilitas Perpustakaan	Isi (Buku, Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran)	Pelayanan Karyawan	Administrasi Perpustakaan	Peraturan Perpustakaan	Tingkat Keباikan Rata-rata	Competitive Benchmarking	Unweighted Servqual Scores
I. TANGIBLES											
1. Jumlah Buku											
2. Ketersediaan Jurnal											
3. Ketersediaan Koran											
4. Penataan Buku											
5. Komputerisasi Katalog											
6. Kenyamanan Ruang Baca											
7. Ketersediaan Loker											
8. Penampilan Petugas											
II. RELIABILITY											
9. Ketepatan Waktu Pelayanan											
10. Kemampuan Petugas											
11. Kesigapan Petugas											
12. Kemudahan mengurus Administrasi											
III. RESPONSIVENESS											
13. Ketersediaan Informasi Waktu Pelayanan											
14. Kesediaan petugas Untuk Membantu Mahasiswa											
15. Petugas selalu ada di tempat.											
16. Petugas melayani dengan segera											
IV. ASSURANCE											
17. Petugas dapat dipercaya											
18. Petugas dapat menjawab isi perpustakaan											
19. Petugas sopan											
20. Keamanan Perpustakaan											

V. EMPATHY													
21. Perhatian petugas pada mahasiswa													
22. Kepedulian petugas pada mahasiswa													
SKOR TOTAL													
PRIORITAS													

Daftar Pustaka :

Cohen, Lou, 1995, **QFD How to Make QFD Work For You**, Addison-Wesley Publishing Company, Massachusetts.

Crosby, P.B. 1979, **Quality is Free The Art Of Making Quality Certain**, McGraw Hill Book Company.

Crow, K. 1996, **Customer – Focused Development With QFD**, Kcrow@aol.com.

Denton, D. Keith, 1990, **The Service Imperative**, Personnel Journal, March.

Fitzsimmons J.A. & Fitzsimmons M.J., 1994, **Service Management For Competitive Advantage**, Singapore, McGraw-Hill, Inc.

Hartanto, Sidiq, , **Analisis Kualitas Pelayanan Perpustakaan Perguruan Tinggi Dengan Metode Quality Function Deployment (QFD)**, <http://etd.eprints.ums.ac.id>

Hauser, John R., 1993, **How Puritan Bennett Used The House Of Quality**, Sloan Management Review, Spring, pp 61-70.

Hunter, M.R. and R.D. Van Landingham, 1994, **Listening To The Customer Using QFD**, Quality Progress = 27 (April): 55 -59.

Parasuraman, A. Valerie Zeithaml, and Leonard Berry, 1988, **SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality**, Journal of Retailing, 64 (Spring), 12 – 40.

Singarimbun, M. & Effendi, S. 1989, **Metode Penelitian Survey**, Edisi Revisi, Jakarta, LP3ES

Tjiptono, F. & Diana A. 1995, **Total Quality Management**, Cetakan Pertama, Andi Offset, Yogyakarta.