

ABSTRAK

PT Alfa Valves Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di industri valve, produk yang dihasilkan yaitu valve dengan berbagai macam jenis, ukuran dan bahan, antara lain *carbon*, *steel valves*, *stainless steel valves*, *cast steel globe valve* dan lain-lain. PT Alfa Valves Indonesia juga memberikan layanan kepada pelanggan antara lain *Technical and Management solution*, Layanan purna jual dan Rekondisi (Perbaikan kondisi). Perusahaan ini merupakan perusahaan yang beroperasi dengan sistem job order dimana produknya sesuai dengan pesanan konsumen baik dalam jumlah maupun spesifikasi produk.

Quality Function Deployment (QFD) yaitu praktik untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. *Quality Function Deployment* (QFD) berusaha menerjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan organisasi. Proses – proses yang ada dalam *Quality Function Deployment* (QFD) digerakkan oleh apa yang diinginkan oleh para pelanggan, bukan oleh hasil inovasi dalam teknologi. Untuk menentukan apa yang sebenarnya diinginkan oleh para pelanggan kemudian diterjemahkan menjadi apa yang dibuat oleh perusahaan dan dianalisa dengan matriks *House of Quality* (HOQ). Rumah mutu atau *House of Quality* (HOQ) adalah sebuah matrik yang menunjukkan hubungan antara kebutuhan – kebutuhan konsumen dan sifat – sifat rekayasa teknik. Dengan menggunakan alat ini, perusahaan akan mampu menyesuaikan kebutuhan para konsumen dengan desain dan kendala – kendala pabrikan. Dengan pembuatan matrik *House of Quality* (HOQ) ini diharapkan semua kebutuhan dan keinginan konsumen dapat diketahui dan dipenuhi oleh pihak perusahaan, sehingga layanan PT Alfa Valves Indonesia yang sudah ada bisa ditingkatkan kualitas layanannya.

Pada tahap awal ini, penggalan atribut berdasarkan survei awal, kemudian dilanjutkan dengan kuesioner pendahuluan guna mengetahui harapan-harapan pelanggan. Hasil dari semua kebutuhan dan harapan pelanggan ini berikutnya akan dipilih, dan yang dijadikan atribut tersebut adalah yang merupakan *Customer Needs* (kebutuhan pelanggan). Langkah rekayasa kualitas terlihat pada tahap ini, dimana tahap ini akan menterjemahkan harapan pelanggan menjadi karakteristik teknis (Respon Teknis), serta menentukan prioritas-prioritas respon teknis yang memerlukan penanganan.

Hasil analisa kebutuhan pelanggan perusahaan valve menunjukkan rata-rata kepuasan pelanggan PT Alfa Valves Indonesia adalah sebesar 3,9121. Nilai rata-rata ini menunjukkan bahwa selama ini pelanggan PT Alfa Valves Indonesia puas dengan layanan yang telah diterima. Hasil dari pengolahan data telah didapatkan keunggulan utama PT Alfa Valves Indonesia adalah atribut Tingkat kesesuaian (*conformance*) antara produk dengan spesifikasi yang diminta oleh pelanggan.