

Aplikasi *Quality Function Deployment* pada Kereta Api Argo Wilis

Budi Harsanto

Magister Manajemen Sekolah Tinggi Manajemen Bisnis Telkom
budi@students.stmb.ac.id

Abstract

The role of transportation not only to serve human activity and movement of goods (trip follow the ship) but also stimulate the emergence of some new activity (ship follow the trip). PTKA as one of player in transportation business, have strategy to develop Argo brand. At PTKA, KA Argo Wilis performance included in the category of unsatisfactory Argo brand. The Purpose of this study is to evaluate the quality of services KA Argo Wilis using Quality Function Deployment (QFD) method. The results show that the most important attribute for the customer is safety assurance and the technical characteristics that have the highest value for the customer is the relative Importance of human resource competencies.

Keywords: *Quality Function Deployment (QFD), House of Quality (HOQ), train, transportation*

Pendahuluan

Peranan transportasi saat ini menjadi semakin penting. Kini, peranan transportasi tidak hanya melayani aktivitas pergerakan manusia dan barang (*trip follow the ship*) namun juga merangsang timbulnya beberapa aktivitas baru yang sebelumnya tidak ada (*ship follow the trip*). Pentingnya peranan transportasi membuat persaingan usaha di bidang ini semakin ketat dan menantang.

PT. Kereta Api (Persero), selanjutnya disingkat dengan PTKA, yang turut berkecimpung dalam dunia transportasi juga tidak terlepas dari ketatnya persaingan bisnis ini. Salah satu strategi yang dilakukan PTKA untuk tetap eksis dalam arena persaingan tersebut ialah dengan mengembangkan produk kereta api (KA) unggulan dengan merek Argo (*Argo branding strategy*). Target pasar yang disasar ialah segmen menengah ke atas. Hal ini dilakukan terutama untuk meningkatkan pendapatan, pelayanan dan citra perusahaan.

Sejak pertama kali diluncurkan secara resmi pada 17 Agustus 1995, KA unggulan dengan merek Argo menunjukkan kinerja memuaskan. Setahun setelah peluncurannya, KA Argo Bromo yang melayani koridor Jakarta-Surabaya telah mencapai okupansi (perbandingan dalam persen antara jumlah penumpang dengan jumlah tempat duduk tersedia) rata-rata 79% dan KA Argo Gede yang melayani koridor Jakarta-Bandung mencapai okupansi rata-rata 63%.

Berpijak pada kesuksesan awal tersebut, PTKA kemudian mengembangkan merek Argo pada koridor-koridor lain, seperti Argo Lawu dan Argo Dwipangga (Jakarta-