

ABSTRAK

Persaingan yang semakin ketat dalam industri ritel bahan bakar minyak menuntut Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) untuk menjaga konsistensi kualitas pelayanan sebagai sumber keunggulan kompetitif. PT Pertamina (Persero) merespons tantangan tersebut melalui program Pertamina Way, khususnya pada kategori SPBU Pasti Pas. Meskipun tingkat sertifikasi SPBU Pasti Pas di wilayah Kota Yogyakarta relatif tinggi, kondisi tersebut belum sepenuhnya menjamin konsistensi kualitas pelayanan pada tingkat operasional. Oleh karena itu, diperlukan strategi prioritas yang mampu menjembatani kesenjangan antara standar pelayanan formal dan praktik pelayanan aktual di lapangan. Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi prioritas peningkatan kualitas pelayanan SPBU Pasti Pas di wilayah Kota Yogyakarta dengan menerjemahkan kebutuhan pelanggan ke dalam respons teknis operasional yang terstruktur. Metode *Quality Function Deployment* (QFD) digunakan untuk mengonversi *Voice of Customer* ke dalam *Technical Requirements* melalui penyusunan *House of Quality* (HoQ), yang selanjutnya diintegrasikan dengan perspektif pemasaran internal sebagai mekanisme implementasi strategi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan data primer yang diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap pelanggan. Pemetaan HoQ menghasilkan temuan bahwa standarisasi prosedur operasional dan penguatan kapabilitas sumber daya manusia merupakan respons teknis dengan kontribusi dominan terhadap peningkatan persepsi mutu pelayanan. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan peningkatan kualitas pelayanan SPBU Pasti Pas tidak hanya bergantung pada pemenuhan standar teknis, tetapi sangat ditentukan oleh efektivitas pemasaran internal, khususnya melalui pelatihan berkelanjutan, komunikasi internal yang konsisten, dan peningkatan keterlibatan karyawan sebagai ujung tombak pelayanan. Penelitian ini menawarkan kerangka strategi prioritas peningkatan kualitas pelayanan yang dapat digunakan Pertamina sebagai dasar pengambilan keputusan manajerial dalam memperkuat implementasi Pertamina Way secara lebih konsisten, operasional, dan berkelanjutan, khususnya dalam mendorong peningkatan kinerja pelayanan dari kategori Pasti Pas menuju Pasti Pas *Excellent*.

Kata kunci: *Quality Function Deployment*, *House of Quality*, kualitas pelayanan, pemasaran internal, SPBU Pertamina

ABSTRACT

Increasingly intense competition in the fuel retail industry requires Public Fuel Filling Stations (SPBU) to maintain consistent service quality as a source of competitive advantage. PT Pertamina (Persero) has responded to this challenge through the Pertamina Way program, particularly within the Pasti Pas SPBU category. Although the certification rate of Pasti Pas SPBU in Yogyakarta City area is relatively high, this condition does not fully guarantee consistent service quality at the operational level. Therefore, a priority strategy is needed to bridge the gap between formal service standards and actual service practices in the field. This study aims to formulate priority strategies for improving the service quality of Pasti Pas SPBU in Yogyakarta City area by translating customer needs into structured operational technical responses. The Quality Function Deployment (QFD) method was employed to convert the Voice of Customer into Technical Requirements through the development of the House of Quality (HoQ), which was subsequently integrated with an internal marketing perspective as a mechanism for strategy implementation. This research adopts a descriptive qualitative approach, with primary data collected through in-depth interviews with customers. The HoQ mapping results reveal that the standardization of operational procedures and the strengthening of human resource capabilities constitute the technical responses with the most dominant contribution to improving service quality perceptions. These findings confirm that the success of service quality improvement in Pasti Pas SPBU does not solely depend on the fulfilment of technical standards, but is largely determined by the effectiveness of marketing internal, particularly through continuous training, consistent internal communication, and enhanced employee engagement as the frontline of service delivery. This study offers a priority strategy framework for service quality improvement that can be utilized by Pertamina as a basis for managerial decision-making in strengthening the implementation of Pertamina Way in a more consistent, operational, and sustainable manner, particularly in driving service performance enhancement from the Pasti Pas category toward Pasti Pas Excellent.

Keywords: *Quality Function Deployment, House of Quality, service quality, marketing internal, Pertamina fuel stations.*