

# **Bab 1**

## **Pendahuluan**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi, banyak perusahaan saling berlomba untuk bisa memberikan produk atau jasa yang bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Perusahaan semestinya bisa memahami apa yang sedang terjadi saat ini dan apa yang akan terjadi di masa depan. Untuk itu pelanggan selalu menjadi prioritas utama perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Jika perusahaan tidak mampu menangkap keinginan dan kebutuhan pelanggan, maka bisa saja perusahaan akan kalah bersaing dengan perusahaan lainnya. Tingginya persaingan bisnis yang disertai dinamika keinginan dan kebutuhan pelanggan saat ini menuntut adanya langkah efisiensi dan efektivitas dalam peningkatan daya saing.

Tidak mudah untuk bisa mengetahui dinamika keinginan dan kebutuhan pelanggan karena sikap pelanggan selalu berubah-ubah menyesuaikan apa yang terjadi saat ini. Ketika perusahaan mampu menyesuaikan dengan pelanggan, perusahaan itu akan mampu bersaing di pasar. Apalagi dengan banyaknya persaingan akan mengakibatkan semakin banyaknya pilihan pelanggan dalam menentukan pilihan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Perusahaan perlu mengatur strategi untuk bisa meningkatkan daya saing yang akan menjadi nilai tambah sesuai apa yang diharapkan pelanggan yang nantinya akan menjadi keunggulan perusahaan itu sendiri. Strategi bersaing dan keunggulan bersaing dapat dicapai dengan membangun dan memberikan pelayanan yang memiliki nilai tambah sesuai kebutuhan dan preferensi [1].

Perusahaan tidak boleh hanya memperhatikan keinginan dan kebutuhan pelanggan saja, ada hal fundamental lain yang perlu diperhatikan dan diterapkan, yaitu dengan memperhatikan kualitas sebagai bentuk pemenuhannya. Kualitas harus sejalan dengan pemenuhan keinginan dan kebutuhan karena merupakan pembeda (diferensiasi) yang paling efektif bagi sejumlah produk atau jasa [1].

Awalnya kualitas hanya diperhatikan untuk produk saja, namun saat ini

kualitas pun bisa diukur pada jasa. Terkadang sulit untuk membedakan jasa dengan produk karena jasa selalu beriringan dengan produk itu sendiri. Padahal ketika membeli sebuah produk pasti akan ada jasa yang melibatkan dalam pemenuhannya. Artinya jasa ini memang tidak memberikan secara langsung kepemilikan yang berwujud, tetapi memberikan suatu nilai tambahan bagi pelanggan. Pada prosesnya jasa ini dapat memenuhi harapan pengalaman atas apa yang diinginkan oleh pelanggan. Jasa atau layanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat atau tidak terkait dengan produk fisik [2].

Peningkatan kualitas merupakan salah satu cara memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Apalagi seiring dengan semakin baiknya kualitas akan menjadi langkah jangka panjang dalam menciptakan loyalitas dan kepuasan bagi pelanggan. Dengan terciptanya kualitas layanan tentunya akan menciptakan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya terjalin hubungan yang harmonis antara penyedia barang ataupun jasa dengan pelanggan, memberikan dasar yang baik bagi loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi penyedia jasa tersebut [1].

TB. Sumber Jaya adalah toko bangunan yang menjual berbagai material bahan bangunan yang termasuk ke dalam perusahaan dagang yang terletak di Jl. Raya Cisonrol No. 80, Desa Cisonrol, Kecamatan Rancah, Kabupaten Ciamis. Toko ini beroperasi dari awal tahun 2005 hingga sekarang. Dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan selalu mendapatkan pelanggan tiap harinya. Dengan kebutuhan material yang tinggi untuk pembangunan, maka toko ini mampu menyediakan beberapa kebutuhan pelanggan. Namun, selalu ada persaingan dalam bisnis. Hal ini juga menimpa pada toko ini, beberapa toko bangunan serupa banyak menyebar di beberapa wilayah itu. Dengan adanya persaingan ini, mendorong perusahaan harus bisa memaksimalkan keinginan dan kebutuhan pelanggan agar terciptanya kepuasan bagi pelanggan.

Tidak dipungkiri TB. Sumber Jaya memiliki berbagai permasalahan, seperti

barang yang kurang lengkap, penataan barang tidak teratur dan pelayanan yang kurang memuaskan. Jika permasalahan ini tidak segera ditanggapi, maka bukan tidak mungkin pelanggan secara perlahan akan meninggalkannya. Tingginya kebutuhan seiring dengan banyaknya pesaing membuat pelanggan dinamis dalam menentukan pilihan yang sesuai dengan tingkat harapannya. Jika hal ini terus menerus terjadi, tentunya akan mengancam pada berjalannya bisnis perusahaan ini. Untuk mencegah hal tersebut, diperlukan upaya untuk meningkatkan kualitas agar terciptanya kepuasan pelanggan.

Peningkatan kualitas juga sangat berperan dalam diferensiasi yang nantinya harapan pelanggan dapat tercapai dan menciptakan nilai pelanggan yang unggul. Dalam mencapai sasaran pelanggan diperlukan upaya strategi penetrasi pasar yang nantinya dapat memberikan dan memenuhi apa yang diinginkan oleh pelanggan dengan cara meningkatkan kualitas. Strategi penetrasi ini dapat memberikan peluang untuk meningkatkan pertumbuhan dengan produk atau jasa yang telah ada. Dengan fokus pada pasar, perusahaan bisa fokus pada perluasan pangsa pasar yaitu salah satunya dengan cara peningkatan kualitas. Konsep penetrasi pasar bisa digunakan untuk pemilihan strategi dalam rangka meningkatkan pendapatan perusahaan (revenue) dengan mempertimbangkan faktor produk dan faktor jasa, maka strategi yang dipilih tergantung dari produk yang hendak difokuskan [3].

Penentuan peningkatan kualitas tidak hanya disesuaikan dengan persyaratan yang telah ditentukan oleh perusahaan saja, namun harus melibatkan pelanggan. Beragam banyaknya harapan yang diinginkan pelanggan membuat perusahaan harus mampu menyesuaikan pemenuhannya itu. Maka, peningkatan kualitas harus melibatkan kedua pihak antara pelanggan dan perusahaan. Dengan terpenuhinya keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan maka sudah menciptakan kepuasan bagi pelanggan itu sendiri. Kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan memberikan kualitas yang baik. Oleh karena itu, harus fokus pada kepuasan pelanggan supaya bisa memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan, maka digunakan metode Quality Function Deployment (QFD) [1].

Quality Function Deployment (QFD) merupakan suatu metodologi yang digunakan perusahaan untuk mengantisipasi dan menentukan prioritas keinginan

dan kebutuhan pelanggan, serta menggabungkan keinginan dan kebutuhan pelanggan tersebut dalam produk dan jasa yang disediakan bagi pelanggan. Quality Function Deployment (QFD) digunakan sebagai alat untuk menterjemahkan suara keinginan dan kebutuhan pelanggan menjadi desain produk atau jasa yang memiliki persyaratan teknis dan karakteristik kualitas tertentu. Tujuan QFD adalah menjamin bahwa produk yang dihasilkan dapat memenuhi tingkat kualitas yang diperlukan sehingga benar-benar dapat memuaskan kebutuhan para pelanggan [1].

Dari latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan, maka TB. Sumber Jaya harus bisa memenuhi harapan yang diinginkan pelanggan dengan cara peningkatan kualitas agar terciptanya rasa puas bagi pelanggan. Maka, penulis berkesimpulan tertarik untuk meneliti tentang **“Peningkatan Kualitas Jasa Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment di Toko Bangunan”** dengan unit penelitian di TB. Sumber Jaya, Jl. Raya Cisontrol No. 80, Rancah, Kab. Ciamis.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Adapun perumusan masalah yang terjadi berdasarkan latar belakang perancangan ini yaitu:

- a) Apa saja atribut-atribut yang diinginkan pelanggan?
- b) Bagaimana menterjemahkan keinginan pelanggan ke dalam respon teknis?
- c) Bagaimana menyusun house of quality?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berikut ini merupakan tujuan dari penelitian ini yaitu:

- a) Mengidentifikasi atribut-atribut yang diinginkan pelanggan
- b) Menterjemahkan consumer needs ke dalam technical response
- c) Menyusun house of quality

#### **1.4 Batasan dan Asumsi**

Dalam penelitian ini diperlukan batasan-batasan yang bertujuan untuk menjaga konsistensi tujuan dari penelitian itu sendiri, sehingga masalah yang diteliti tidak meluas serta pembahasan menjadi lebih terarah. Adapun batasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penentuan atribut consumer needs menggunakan 5 dimensi service quality.
2. Penggunaan metode quality function deployment dibatasi hanya pada tahapan perencanaan pada house of quality.
3. Dikarenakan metode QFD diperlukan tim pengembang, maka pada penelitian ini peneliti dan pihak terkait yang secara langsung dan tidak langsung berkontribusi terhadap hasil penelitian dianggap sebuah tim.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Adapun Sistematika penulisan tugas akhir ini yaitu:

Bab 1 Pendahuluan

Pada bab ini yaitu membahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah serta sistematika penulisan.

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Bab ini membahas mengenai teori-teori yang digunakan dalam penyusunan penelitian.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan mengenai langkah-langkah pemecahan masalah, digambarkan dalam bentuk *flow chart* pemecahan masalah.

Bab 4 Pengumpulan dan Pengolahan Data

Bab ini menjelaskan bagaimana data dikumpulkan, lalu setelah terkumpul data diolah

Bab 5 Pembahasan

Bab ini menjelaskan hasil yang didapat setelah melakukan pengumpulan dan pengolahan data

Bab 6 Kesimpulan

Bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dan memberikan usulan