BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring bergulirnya perdagangan bebas dalam persaingan berskala global, maka masalah kualitas merupakan salah satu bagian penting dan sangat perlu mendapat perhatian yang serius bagi setiap perusahaan untuk tetap bisa bertahan dalam lingkungan bisnis. Bagi setiap perusahaan, baik yang bergerak dalam industri manufaktur maupun industri jasa pelayanan yang berkualitas merupakan tuntutan pelanggan yang harus dipenuhi. 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 (Wijaya, 2016).

Dalam dunia bisnis, khususnya yang bergerak dalam bidang jasa, kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dan menentukan dalam peningkatan suatu perusahaan. Sebagaimana diungkapkan oleh Philip Kotler (1997) dalam Wijaya (2016) yang menyatakan bahwa "*Kepuasan merupakan tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya*". Maka suatu perusahaan harus dapat mempertahankan hal hal yang dianggap penting oleh para konsumen maupun pelanggan agar mereka puas sesuai harapannya. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Industri berdasarkan produk yang dihasilkan dibedakan menjadi dua, yaitu industri manufaktur dan industri jasa. Untuk industri berdasarkan ukuran perusahaannya dibagi menjadi beberapa kriteria. Salah satunya adalah usaha kecil menengah (UKM). Menurut UU Bank Indonesia No.20 tahun 2008, menyebutkan bahwa UKM adalah usaha ekonomi produktif

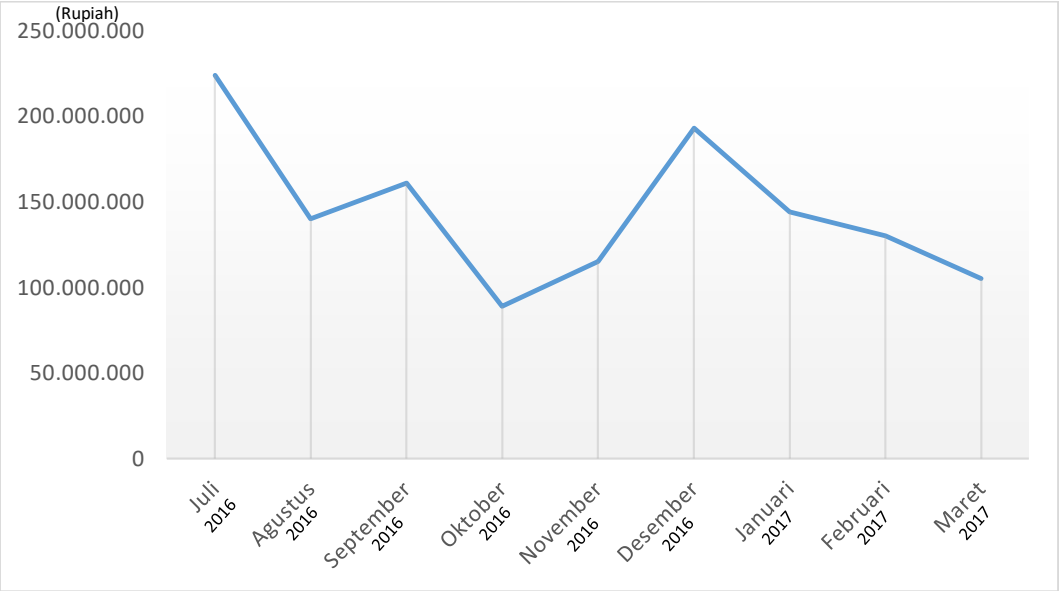
yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil. Sebagai usaha yang tergolong masih kecil dan harus terus berkembang, UKM haruslah memberikan barang atau jasa yang bernilai tinggi kepada pelanggan. Kotler (2005) mengemukakan bahwa penerapan konsep pemasaran modern berorientasi pasar atau pelanggan merupakan hal penting bagi keberhasilan pemasaran.

UD.Sumber Wangi adalah sebuah UKM toko bangunan yang beralamat di JL. KH. Syafii 115, Desa Suci, Kecamatan Manyar, Kabupaten Gresik. Toko ini berdiri sejak tahun 2000, dan merupakan toko bangunan pertama yang ada di desa Suci. Seiring berjalannya waktu, toko ini terus mendapat pelanggan, ada yang dari konsumen perorangan, ada pula yang dalam bentuk usaha proyek, dan juga ada yang berasal dari institusi tertentu seperti sekolah dan pondok pesantren. Di Desa Suci terdapat banyak pondok pesantren dan Sekolah yang terus menerus melakukan pembangunan maupun perbaikan pada bangunannya. Hal ini tentu menjadi keuntungan tersendiri bagi UD Sumber Wangi.

Sebagai toko bangunan, UD Sumber Wangi tentu terus mendapat pesaing dari toko lain yang jumlahnya terus bertambah. Hal ini tentu mengakibatkan para konsumen menjadi memiliki banyak alternatif pilihan untuk memilih toko bangunan yang cocok dengan kepuasannya. Para konsumen akan cenderung memilih toko bangunan yang memiliki kualitas pelayanan yang lebih baik. Dalam pelayanan UD. Sumber Wangi sendiri masih terlihat terdapat beberapa pelayanan yang masih belum maksimal. Salah satunya adalah antrian yang panjang dan kurang teratur, yang bisa diakibatkan kurangnya jumlah pelayan yang ada. Di samping itu, kualitas sumber daya manusia juga berpengaruh kuat terhadap jaminan pelayanan yang diberikan.

Sementara itu, pada saat jam sibuk toko, para konsumen lebih memilih untuk berdiri karena tempat duduk yang kotor. Kondisi ruang

tunggu yang kurang bersih juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Apabila pelanggan merasa kecewa dengan pelayanan yang diberikan pihak toko dampaknya secara langsung dapat menurunkan *omzet* pendapatan yang didapat UD Sumber Wangi. Masalah *omzet* yang fluktuatif harus segera ditangani, karena masalah ini memiliki dampak jangka panjang bagi keberlangsungan perusahaan. Berikut adalah data pendapatan *omzet* pada UD Sumber Wangi pada bulan Juli tahun 2018 hingga bulan Maret 2019 yang diperoleh dari pembukuan yang dilakukan administrasi toko.



Gambar 1.1 Chart omzet penjualan UD Sumber Wangi Peruide Juli 2016 – Maret 2017

Dari fenomena yang terjadi mengenai omzet yang fluktuatif tersebut, dapat disebabkan karena berbagai faktor. Salah satunya adalah waktu dan keadaan lingkungan. Dapat dilihat bahwa pada bulan Juli tahun 2018 dan bulan Desember tahun 2018, omzet meningkat tinggi. Hal ini disebabkan karena pada saat itu adalah waktu dimana sekolah dan pondok pesantren di daerah itu sedang libur panjang. Dan banyak diadakan proyek

pembangunan dan perbaikan pada gedung gedung sekolah maupun pondok pesantren. Hal ini secara langsung membuat banyak perusahaan proyek yang berlangganan di UD Sumber Wangi banyak membeli bahan material untuk kebutuhan proyek mereka. Berikut adalah Faktor-faktor yang mempengaruhi omzet penjualan UD Sumber Wangi.

1. Tingkat kebutuhan konsumen yang tidak pasti pada waktu waktu tertentu. Seperti pada bulan Juli dan Desember, dimana konsumen yang berasal dari sekolah, pondok pesantren akan melakukan perbaikan maupun pengembangan pada bangunan sekolah atau pondok pesantren mereka selama masa liburan sekolah
2. Banyak pesaing toko bangunan yang memiliki kualitas berbeda-beda dengan UD Sumber Wangi. Hal ini wajar terjadi karena pada awal berdirinya, UD Sumber Wangi masih satu- satunya toko bangunan yang ada di wilayah Desa Suci. Hal ini tentu menjadi ketertarikan seseorang untuk ikut mendirikan toko bangunan yang seiring berjalannya waktu menjadi bertambah banyak
3. Kualitas pelayanan UD Sumber Wangi yang secara langsung dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kualitas pelayanan yang buruk, konsumen akan kecewa dan memilih toko lain. Kekecewaan konsumen sering terjadi dan biasanya disampaikan langsung kepada bagian administrasi toko.
4. Kelengkapan barang- barang material yang menjadi daya tarik konsumen. Barang material yang kurang lengkap menyebabkan konsumen harus mencari barang yang tidak ada di toko tersebut pada toko lain yang lebih lengkap barangnya. Dan pada akhirnya toko yang lebih lengkap barangnya lah yang menjadi pilihan konsumen. Pada faktor ini, dulunya pernah dilakukan studi penelitan oleh mahasiswa lain.
5. Desain tata letak fasilitas toko. Dengan *layout* fasilitas yang baik, proses jual beli dan pengiriman menjadi lebih efektif dan efisien. Dengan proses pengiriman barang yang lebih cepat dan tepat waktu, maka

konsumen akan menjadi puas dengan pelayanan yang diberikan oleh toko.

Dari identifikasi masalah tersebut mengenai omzet penjualan yang fluktuatif, akan dicoba diselesaikan masalah yang terdapat pada faktor nomor 3, yaitu kualitas pelayanan UD Sumber Wangi, faktor ini dipilih karena pemilik toko juga belum pernah melakukan pengukuran kualitas pelayanan yang diterapkan kepada pelanggan. Padahal kualitas pelayanan dapat berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu alasan peneliti memilih faktor nomor 3, adalah saran dari pemilik usaha pada saat melakukan wawancara. Pemilik usaha berkata bahwa dia sering mendapat keluhan dari para pelanggannya. Keluhan itu berasal dari cerita para pekerja pengiriman material yang sering mendapat komplain pada saat mengirim barang. Pada Tabel 1.2 berikut adalah data mengenai komplain yang diterima pemilik usaha yang berasal dari kotak saran.

Tabel 1.2 Daftar keluhan pelanggan UD Sumber Wangi

(Sumber : Kotak saran tahun 2018)

Jenis Keluhan	Jumlah Keluhan
Antrian yang kurang teratur saat jam sibuk toko	28
Jumlah pelayan toko yang kurang dalam pelayanan	2
Keterlambatan pengiriman barang	12
Beberapa barang yang harganya lebih mahal dibandingkan dengan toko lain	14
Tempat wilayah pelayanan toko yang kurang bersih	5
Area parkir yang kurang rapi dan sering terhadang mobil sales	9
Kualitas udara yang kurang baik (banyak debu)	39

Sebagai salah satu perusahaan bisnis yang bergerak dalam bidang perdagangan, UD Sumber Wangi diharapkan mampu untuk selalu konsisten dalam memberikan kualitas pelayanan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

Service quality merupakan metode yang digunakan untuk menganalisa kepuasan pelanggan berdasarkan kebutuhannya. Untuk hasil penelitian yang lebih baik dengan menerapkan metode *servqual*, akan dilanjutkan pengolahan data *servqual* tersebut dengan integrasi pembuatan model *house of quality* pada metode QFD. Seperti yang diungkapkan Kotler (1997) "*Dalam melakukan manajemen kualitas pelayanan, kesenjangan dari kualitas pelayanan harus segera dibenahi karena ini memiliki efek jangka panjang. Model terbaik yang perlu dilakukan adalah dengan menerapkan model house of quality, dimana suara pelanggan yang akan diteliti berasal dari kesenjangan dari kualitas pelayanannya".*QFD sendiri merupakan model perencanaan sistematis yang dikembangkan untuk membantu tim proyek menyusun semua elemen yang dibutuhkan untuk mendefinisikan, mendesain, dan menghasilkan produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. (Firda, 2005)

1.2 Perumusan Maslah

Berdasarkan uraian yang sudah dikemukakan pada latar belakang masalah diatas, maka dapat disimpulkan perumusan masalah pada penelitian ini adalah "Bagaimana upaya yang tepat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan berdasarkan analisis kualitas pelayanan UD. Sumber Wangi dengan integrasi metode *servqual* dan QFD?"

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi atribut-atribut yang berperan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan menurut 5 dimensi *servqual*.
2. Menghitung data tentang tingkat kepuasan, kepentingan, dan harapan pelanggan terhadap atribut pelayanan yang diberikan UD Sumber Wangi.
3. Menganalisis nilai *gap* pada masing-masing atribut kualitas pelayanan UD Sumber Wangi berdasarkan perhitungan pada metode *servqual*.

4. Membuat rancangan pelayanan sebagai evaluasi kesesuaian terhadap keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan penerapan model HOQ pada metode QFD.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini antara lain :

1. Dengan penelitian ini, akan dapat diketahui atribut-atribut yang berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan menurut 5 dimensi *servqual*.
2. Pemilik usaha mampu mengetahui mengenai tingkat kepuasan, kepentingan, dan harapan pelanggan terhadap atribut pelayanan yang diberikan, berdasarkan data kuesioner.
3. Memperoleh informasi mengenai nilai *gap* dari masing masing atribut pelayanan yang diberikan UD. Sumber Wangi
4. Mampu merancang pelayanan yang sesuai terhadap keinginan dan kebutuhan pelanggan untuk dijadikan evaluasi dalam menghadapi permasalahan yang terjadi pada UD. Sumber Wangi.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan dalam suatu penelitian perlu dikemukakan, agar bahasan penelitian tidak melebar dan tetap fokus pada pokok permasalahan dalam penelitian.

Adapun batasan penelitian sebagai berikut :

1. Penelitian ini dibatasi pada model lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *responsiveness, assurance, tangibles, emphaty, reliability*, dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan UD Sumber Wangi.
2. Penelitian yang dilakukan berupa kuesioner yang langsung diolah tanpa melalui uji kecukupan data. Karena sampel yang dipilh berupa sampel yang sudah ditentukan dan bukan dalam jumlah yang besar untuk dilakukan uji kecukupan data. Sampel tersebut adalah beberapa badan usaha proyek, instansi sekolah, perguruan tinggi, dan pondok pesantren yang semuanya berjumlah 23.

3. Penelitian ini dibatasi dengan memfokuskan pada *Gap* ke 5 saja, yaitu hubungan antara pelayanan yang diterima dengan jasa yang diharapkan oleh konsumen UD Sumber Wangi

1.6 Asumsi – Asumsi

Asumsi dalam penelitian ini hal ini bertujuan agar penelitian yang dilakukan menjadi lebih sederhana sehingga lebih mudah dipahami.

Adapun asumsi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pelanggan yang akan di teliti dengan kuesioner seluruhnya adalah sama tanpa memandang jenis kelamin, umur, lama menjadi pelanggan, dan lain lain.
2. Pengisian data kuesioner yang dilakukan oleh pelanggan, dilakukan dengan sebenar benarnya dan dengan keseriusan dalam berpendapat mengenai kualitas pelayanan yang ada dalam kuesioner.

1.7 Sistematika Penulisan

Berikut ini merupakan sistematika penulisan yang berisi mengenai kerangka penulisan Tugas Akhir :

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi tentang latar belakang dilakukannya penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, asumsi, dan sistematika penulisan laporan yang akan digunakan pada penelitian ini.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini membahas tentang teori teori dasar yang relevan dengan penelitian sehingga mampu memecahkan permasalah yang ada dan mencapai tujuan yang diinginkan. Teori teori yang dipergunakan dalam penelitian ini meliputi teori service quality yang nantinya akan diperbaiki dengan metode “Quality Function Deployment”.

Bab III Metode Penelitian

Pada bab ini berisi tentang langkah langkah sistematis yang dilakukan dalam penelitian. Langkah langkah penelitian yang telah diteteapkan

tersebut merupakan kerangka yang menjadi pedoman dalam pengerjaan yang perlu dilakukan sehingga menghasilkan output yang diinginkan.

Bab IV Pengumpulan Dan Pengolahan Data

Pada bab ini berisi tentang pengumpulan data data yang diperlukan dalam penelitian, serta pengolahan data yang telah sesuai dengan metodologi penelitian yang telah ditentukan

Bab V Analisis Dan Interpretasi Hasil

Pada bab ini berisi tentang analisis dan interpertasi yang dilakukan terhadap hasil pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya.

Bab VI Penutup

Didalam bab ini akan diberikan kesimpulan dan hasil penelitian yang telah dilakukan. Serta saran saran untuk pengembangan lebih lanjut.