

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Populasi penduduk yang semakin meningkat setiap tahunnya berimbas pula terhadap peningkatan kebutuhan akan kendaraan sebagai alat transportasi, baik alat transportasi umum maupun alat transportasi pribadi, karena dalam aktivitasnya manusia sangat membutuhkan peralatan untuk melakukan mobilitas dalam dinamika kehidupannya. Dengan bertumbuhnya ekonomi masyarakat di Indonesia membuat daya beli masyarakat menjadi meningkat, salah satunya adalah perkembangan otomotif di Indonesia pada tahun ke tahun mengalami kemajuan yang pesat salah satunya adalah mobil. Dari data yang dikeluarkan oleh GAIKINDO (Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia) pada website *www.gaikindo.or.id*, untuk penjualan mobil (Wholesales) dari bulan Januari – Maret 2019 mencapai 253.863 unit kendaraan. Ini merupakan peningkatan dibandingkan dengan tahun 2018 yaitu 232.031 unit kendaraan di periode bulan yang sama. Perusahaan-perusahaan mobil di dunia selalu memproduksi mobil yang banyak untuk dipasarkan. Dengan jumlah populasi kendaraan yang begitu banyak, maka terdapat peluang usaha yang cukup menjanjikan dalam hal perawatan dan perbaikan kendaraan tersebut.

Semakin banyak masyarakat Indonesia membeli mobil, semakin banyak pula peluang usaha dalam hal perawatan dan perbaikan kendaraan. Mereka bersaing untuk mendapatkan pelanggan demi kelancaran usaha tersebut. Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan inti dari usaha tersebut. Pelayanan yang bagus membuat pelanggan merasa puas atas kinerja dari usaha yang mereka jalankan. Setelah pelanggan merasa puas dengan jasa yang diberikan oleh perusahaan, mereka akan membandingkan dengan pelayanan yang diberikan oleh tempat lain. Dan pelanggan akan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk datang ke tempat yang sama.

Kepuasan pelanggan adalah awal menciptakan pelanggan (Soedjas, 2014). Perusahaan jasa yang baik harus memulai untuk memikirkan betapa

pentingnya kepuasan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan merupakan aspek vital bagi perusahaan dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004). Akan tetapi dalam kenyataannya untuk memperoleh kepuasan pelanggan itu sendiri sangatlah tidak mudah, karena setiap pelanggan akan mempunyai harapan yang berbeda antara satu dengan yang lain.

CV. Karya Agung merupakan bengkel di daerah Duduksampeyan, Kabupaten Gresik yang bergerak dibidang perbaikan dan perawatan kendaraan. CV. Karya Agung memiliki sasaran yaitu meningkatkan kualitas pelayanan dengan indikator dari Survey Kepuasan *Customer* (SKC) yang merupakan persepsi *customer* terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. SKC ini yang nantinya akan menjadi acuan untuk evaluasi dan perbaikan kualitas pelayanan. Pengukuran kepuasan pelanggan dilakukan satu bulan sekali sebagai langkah evaluasi yang dilakukan untuk meningkatkan kinerja dan kualitas pelayanan dari bengkel CV. Karya Agung secara terus-menerus dan berkelanjutan. Metode yang digunakan oleh pihak manajemen adalah dengan menggunakan penyebaran kuesioner yang diisi oleh *customer* setelah proses kinerja dilakukan. Kuesioner yang digunakan oleh CV. Karya Agung ada 3 macam, diantaranya kuesioner untuk perbaikan ringan, perbaikan sedang, dan perbaikan berat. Untuk format dari kuesioner perbaikan ringan dapat dilihat pada lembar lampiran 1, sedangkan kuesioner perbaikan sedang pada lembar lampiran 2, dan kuesioner perbaikan berat dapat dilihat pada lembar lampiran 3.

Manajemen CV. Karya Agung mempunyai target seluruh pelayanan perbaikan kerja harus mencapai penilaian diatas 76% pada tahun 2019. Dengan nilai pengukuran yang sudah ditetapkan oleh pihak manajemen CV. Karya Agung dengan skala 1-4 dan dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini:

Tabel 1.1 Kategori Hasil Pengukuran SKC.

Nilai Skala	Nilai Interval (%)	Kualitas Jasa	Kinerja	Keterangan
1	0-25	D	Tidak Baik	Perlu Perubahan
2	26-50	C	Kurang Baik	Perlu Pembenahan
3	51-75	B	Baik	Perlu Peningkatan
4	76-100	A	Sangat Baik	Dipertahankan

Sumber: CV. Karya Agung

Dari nilai pengukuran kepuasan *customer* yang sudah ditetapkan oleh manajemen diatas maka pihak manajemen melakukan penyebaran Survey Kepuasan *Customer* (SKC) dengan menggunakan kuesioner dengan jumlah responden yaitu 50 responden pada perbaikan ringan, 50 responden pada perbaikan sedang dan 50 responden dalam perbaikan berat. Hasil pengukuran SKC pada CV. Karya Agung pada periode Januari 2019 – Maret 2019 dapat dilihat pada tabel 1.2 dibawah ini:

Tabel 1.2 Hasil Survey Pengukuran SKC periode Januari-Maret 2019

NO	Unit	Bulan			Rata-rata selama 3 bulan
		Januari	Februari	Maret	
1	Perbaikan Ringan	74 %	75,6 %	74 %	74,5 %
2	Perbaikan Sedang	65 %	63,8 %	60,4 %	63,1 %
3	Perbaikan Berat	70 %	72 %	73,5 %	71,8 %

Sumber: CV. Karya Agung

Dari data pada tabel 1.2 diatas, pada CV. Karya Agung terdapat 3 pelayanan perbaikan kerja yaitu perbaikan ringan, perbaikan sedang dan perbaikan berat. Berikut adalah klasifikasi pelayanan perbaikan kerja pada CV. Karya Agung:

- Perbaikan Ringan, meliputi:
 - Pergantian oli rutin
 - *Service* rutin
 - Pengecekan general rutin
- Perbaikan Sedang, meliputi:
 - *Service* yang melakukan pergantian *sparepart*
 - *Check up* mesin (*Flushing* oli, Pembersihan ruang bakar)

- Perbaiki body mobil yang baret/penyok
- Perawatan body (pemberian lapisan antikarat, pelapisan silikon body, pelapisan silikon pada kaca)
- Perbaikan Berat, meliputi:
 - *Overhaul* mesin
 - *Spooring* kaki-kaki mobil
 - *Balancing* kaki-kaki mobil
 - Perbaikan mobil sehabis *crash*
 - Repaint Full

Berikut ini dapat dilihat pada gambar 1.1 grafik perbandingan nilai survey pengukuran SKC per unit kerja periode Januari-Maret 2019 pada CV. Karya Agung.



Sumber: CV. Karya Agung

Gambar 1.1 Grafik Perbandingan Nilai Survey Pengukuran SKC per Unit Kerja Periode Januari-Maret 2019

Adapun indikator-indikator yang ditetapkan manajemen untuk mengukur kepuasan *customer* yang termasuk dalam Survey Kepuasan *Customer* (SKC) adalah sebagai berikut:

1. Perbaikan Ringan

- Persyaratan administrasi pelayanan
 - Kecepatan pengerjaan
 - Biaya pengerjaan
 - Keramahan karyawan
 - Kenyamanan ruang tunggu
 - Fasilitas dalam ruang tunggu
2. Perbaikan Sedang
- Persyaratan administrasi pelayanan
 - Kecepatan pengerjaan
 - Biaya pengerjaan
 - Keramahan Karyawan
 - Kenyamanan ruang tunggu
 - Fasilitas dalam ruang tunggu
 - Kecepatan kedatangan *sparepart*
3. Perbaikan Berat
- Persyaratan administrasi pelayanan
 - Kecepatan pengerjaan
 - Biaya pengerjaan
 - Keramahan Karyawan
 - Kecepatan kedatangan *sparepart*

Berdasarkan Survey Kepuasan *Customer* (SKC) pada bulan Januari-Maret diatas, dapat dilihat bahwa semua pelayanan perbaikan kerja pada CV. Karya Agung memiliki penilaian yang baik tetapi perlu ditingkatkan, meskipun pada grafik gambar 1.1, pada perbaikan berat mengalami peningkatan penilaian tetapi dalam 3 bulan terakhir belum bisa mencapai target penilaian lebih dari 76%. Hal ini yang mengindikasikan CV. Karya Agung harus melakukan evaluasi dan upaya perbaikan pelayanan kualitas. Pengukuran pada Survey Kepuasan *Customer* (SKC) hanya bersumber dari kuesioner saja tanpa mengetahui keinginan dari *customer* terhadap kualitas pelayanan, karena pada dasarnya kepuasan maupun ketidakpuasan *customer* merupakan perbedaan antara keinginan *customer* dengan kinerja yang dilakukan oleh perusahaan. Jadi, *customer* dapat dikatakan puas ketika kinerja dari perusahaan sekurang-

kurangnya sama dengan apa yang diinginkan oleh *customer* tersebut. Untuk itu, CV. Karya Agung perlu mengetahui apa saja yang menjadi keinginan dari *customer* dengan cara mengevaluasi kinerja perusahaan setiap bulan agar dapat memberikan kinerja sesuai dengan harapan *customer* terhadap perusahaan.

Hal ini jika tidak ditangani akan membuat persepsi dan kepuasan dari *customer* akan menjadi menurun selain itu juga akan membuat kemungkinan menurunnya pendapatan CV. Karya Agung ditahun 2019 serta target yang mana penilaian harus lebih dari 76%. Maka dari itu perlu dilakukan tindakan perbaikan sehingga dapat mengembalikan kepuasan *customer*, serta kepercayaan *customer* kembali meningkat serta sesuai dengan target yang ditetapkan oleh manajemen CV. Karya Agung yang menargetkan seluruh pelayanan perbaikan kerja harus mempunyai penilaian kepuasan *customer* lebih dari 76%.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka perlu dilakukan evaluasi dalam mendapatkan upaya peningkatan kualitas pelayanan CV. Karya Agung menggunakan integrasi *Kano Model* dan QFD (*Quality Function Deployment*), dimana metode *kano model* untuk mengkategorikan atribut keinginan konsumen, sedangkan *Quality Function Deployment* (QFD) untuk menentukan perbaikan keluhan dari indikator yang harus dilakukan terhadap atribut pelayanan.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kategori atribut kepuasan pelayanan tersebut berdasarkan metode kano model ?
2. Apa yang harus dilakukan oleh CV. Karya Agung sebagai upaya peningkatan kualitas pelayanan berdasarkan metode QFD ?
3. Apa rekomendasi yang dapat diusulkan untuk perbaikan pelayanan pada CV. Karya Agung berdasarkan hasil *Quality Function Deployment* (QFD)?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang sudah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi kategori atribut kepuasan pelayanan berdasarkan metode kano model.
2. Menentukan upaya CV. Karya Agung dalam meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan metode QFD.
3. Menentukan usulan untuk perbaikan pelayanan pada CV. Karya Agung berdasarkan hasil *Quality Function Deployment* (QFD).

1.4 Manfaat penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui kategori atribut kepuasan pelayanan tersebut berdasarkan kano model.
2. Mengetahui upaya CV. Karya Agung dalam meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan metode QFD.
3. Mengetahui usulan untuk perbaikan pelayanan pada CV. Karya Agung berdasarkan hasil *Quality Function Deployment* (QFD).

1.5 Batasan masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini adalah *customer* dari bengkel CV. Karya Agung.
2. Semua *customer* termasuk pada penilaian meskipun baru pertama kali datang.
3. Penelitian dilakukan pada bulan Maret - Juni 2019.
4. Kategori *kano model* yang dipilih untuk prioritas perbaikan adalah *Attractive, One-Dimensional*, dan *Must Be*.

1.6 Asumsi

Adapun asumsi dari penelitian ini adalah:

1. Tidak ada perubahan kebijakan selama penelitian.
2. Pada proses pengambilan sampel digunakan tingkat kepercayaan sebesar 95% dan peluang kesalahan 5%.
3. Dilakukan pada jam kerja perusahaan dan tidak mengganggu aktivitas pada perusahaan.
4. Responden sudah memahami isi kuesioner saat pengisian kuesioner.
5. Nilai GOAL pada HOQ didapat dari hasil diskusi dengan pihak manajemen perusahaan dan salah satu pelanggan CV. Karya Agung yang sudah menggunakan jasa CV. Karya Agung kurang lebih selama 3 tahun.
6. Untuk menentukan nilai *Sales Point*, Respon Teknis, *Technical Corelation*, dan *Relationship Matriks* dalam pembuatan rumah kualitas didapat dari hasil diskusi dengan pihak manajemen perusahaan CV. Karya Agung.

1.7 Sistematika penulisan

Sistematika penulisan laporan penelitian ini dibuat untuk mempermudah penulis dalam penyusunan laporan, agar penulis dapat terstruktur dengan baik serta mudah dipelajari oleh pembaca. Penulisan laporan penelitian ini dibagi menjadi 6 (enam) bab. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat dari penelitian yang dilakukan, batasan masalah, asumsi-asumsi, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan teori-teori yang mendukung penelitian yaitu tentang bengkel mobil (*body repair*), kepuasan pelanggan, kualitas, metode service quality, kano model, QFD, pengintegrasian ketiga metode tersebut, serta pengetahuan statistik yang mendukung penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Menjelaskan tentang tahapan-tahapan penelitian mulai dari identifikasi masalah sampai dengan penarikan kesimpulan, pengembangan metode, cara memperoleh data, kerangka pemecahan masalah, serta pendekatan yang digunakan dalam pemecahan masalah tersebut.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Menjelaskan mengenai gambaran singkat mengenai CV. Karya Agung Gresik. Selain itu dalam bab ini dijelaskan tentang bagaimana kuisioner disusun, disebarkan dan bagaimana data tersebut dikumpulkan dilakukan uji kecukupan data, uji validitas dan reliabilitas dan diolah untuk mengetahui performa kualitas pelayanan dan klasifikasi atribut-atribut pelayanan. Kemudian, dalam bab ini dijelaskan tentang penyusunan QFD.

BAB V ANALISIS DAN INTERPRETASI

Menjelaskan tentang hasil dari pengolahan data pada bab 4 serta proses sensitivitas dari instrumen yang dipilih, model yang dipergunakan dan dikembangkan setelah parameter maupun data penelitian sudah didapatkan. Bab ini juga dapat mencakup analisis implikasi teoritis atau praktis terhadap objek penelitian yang diperoleh dari *output* penelitian.

BAB VI PENUTUP

Berisikan tentang kesimpulan yang didapat dari penelitian untuk menjawab tujuan dari penelitian serta saran sebagai bahan masukan untuk pembaca dan peneliti selanjutnya.