

## Bab I Pendahuluan

### I.1 Latar Belakang

Layanan bisnis *daily deals* yang sedang marak dalam beberapa tahun ini merupakan perkembangan strategi bisnis yang dipelopori oleh perusahaan dari Amerika Serikat yaitu Groupon. Groupon meluncurkan situs layanan *daily deals* di Amerika pada awal tahun 2009. Saat ini Groupon sudah memiliki situs *daily deals* yang tersebar di 46 negara dan merupakan perusahaan layanan *daily deals* terbesar di dunia. Peningkatan jumlah total pendapatan Groupon dapat dilihat pada Tabel I.1 di bawah ini.

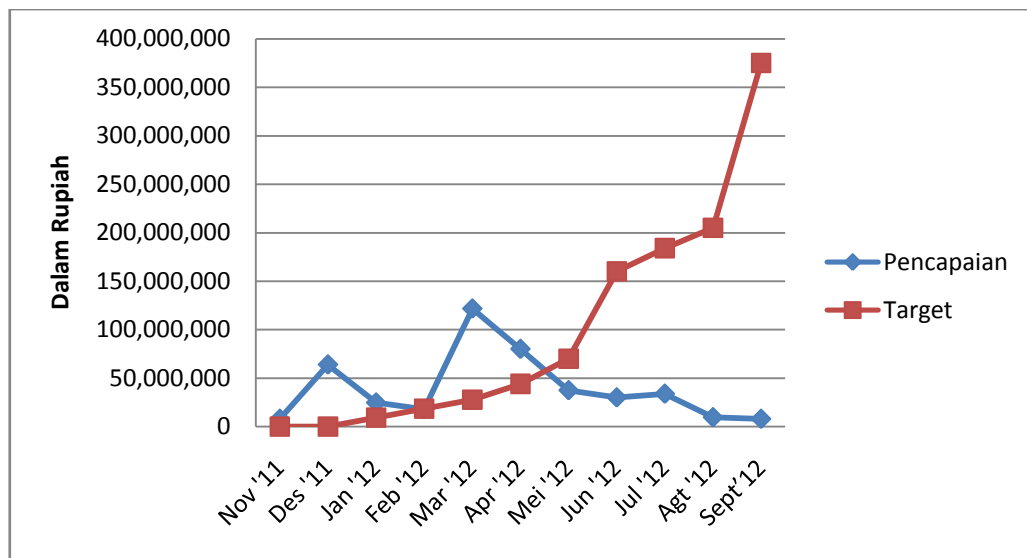
Tabel I. 1 Pendapatan Groupon, Inc  
(Sumber : [www.businessweek.com](http://www.businessweek.com), 2012)

Tahun	Total Pendapatan (Dalam US Dollar)
2009	14.500.000
2010	312.900.000
2011	1.610.400.000

Pendapatan Groupon meningkat pesat yaitu sangat signifikan pada tahun 2010 jika dibandingkan dengan pendapatan tahun 2009. Lalu jika dibandingkan dengan pendapatan tahun 2010, pendapatan Groupon meningkat lagi sebesar 415 % pada tahun 2011.

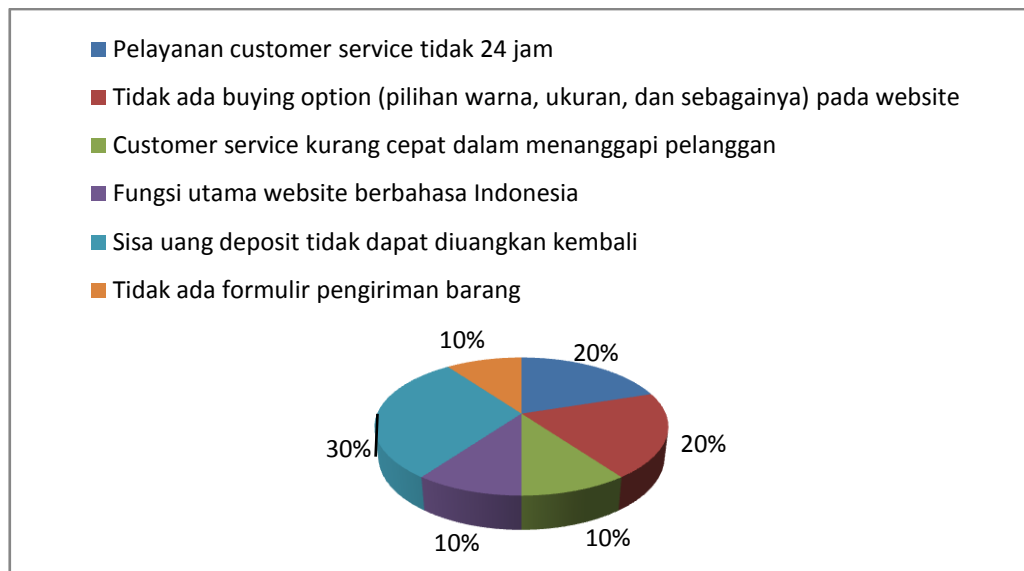
Perusahaan berbasis *daily deals* mulai marak di Indonesia ketika Groupon sebagai perusahaan *daily deals* terbesar di dunia tersebut mengakuisisi situs Disdus pada bulan April 2011 lalu. Oleh karena itu saat ini Disdus menjadi *market leader* dalam pasar bisnis *daily deals* di Indonesia. PT Infomedia Nusantara sebagai anak perusahaan dari PT Telekomunikasi Indonesia mengeluarkan situs layanan *daily deals* bernama GooDizz pada tanggal 1 November 2011. GooDizz adalah situs *daily deals* yang menawarkan beragam macam produk dan jasa dari *merchant* yang ada di Indonesia dengan menawarkan potongan harga yang besar dari harga sebenarnya. Untuk menarik pelanggan maka potongan harga yang diberikan bisa

mencapai 50% sampai dengan 90% dari harga normal. Namun setelah 11 bulan beroperasi, GooDizz belum mencapai pada performa terbaiknya. Hal ini dapat dilihat dengan belum tercapainya target perusahaan yang dikarenakan minimnya pendapatan perbulannya. Gambar I.1 di bawah ini menunjukkan target dan pencapaian pendapatan GooDizz dari awal peluncuran hingga bulan September 2012.



Gambar I.1 Target dan Pencapaian Pendapatan GooDizz  
(Sumber : PT Infomedia Nusantara, 2012)

Gambar I.1 menunjukkan bahwa tidak tercapainya target pendapatan dan dalam beberapa bulan terakhir pendapatan GooDizz selalu mengalami penurunan. Sebagai situs layanan yang dapat dibidang baru, kualitas pelayanan GooDizz harus dijaga sejak awal karena dengan kualitas pelayanan yang baik akan menjadikan perusahaan ini mampu bersaing di pasar bisnis *daily deals*. Berdasarkan hasil survei pendahuluan terhadap 10 orang pelanggan GooDizz, diperoleh beberapa keluhan yang cukup bervariasi. Keluhan pelanggan tersebut adalah merupakan keinginan pelanggan yang belum dapat dipenuhi oleh GooDizz. Data keluhan tersebut dapat dilihat pada Gambar I.2.



Gambar I.2 Data Keluhan Pelanggan  
(Sumber: Survei Pendahuluan)

Dengan adanya keluhan pelanggan tersebut tentunya akan menimbulkan masalah bagi pihak perusahaan, dengan iklim kompetisi yang semakin ketat seperti sekarang, pelanggan memiliki banyak pilihan dan kemudahan jika ingin berpindah ke penyedia layanan lain. Oleh karena itu, GooDizz menyadari perlunya dilakukan suatu penelitian terhadap kualitas pelayanan *e-commerce* seperti apa yang menjadi kebutuhan serta keinginan para pelanggannya.

Adapun kualitas pelayanan yang baik dalam usaha untuk mencapai target sebagai *market leader* layanan *daily deals* adalah meningkatkan pelayanan yang berdasarkan kebutuhan dan keinginan pelanggan terhadap layanan GooDizz yang disediakan PT Infomedia Nusantara. Lalu perusahaan harus berupaya untuk meningkatkan kualitas layanan dan terus berinovasi agar dapat mencapai target penjualan yang menjadi target perusahaan. Dengan adanya perbaikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas untuk tetap menggunakan produk tersebut, sehingga dapat mempertahankan pelanggan lama sekaligus menambah pelanggan baru dan bersaing dengan para kompetitor lainnya.

## **I.2 Perumusan Masalah**

Metode yang tepat untuk melakukan pengembangan kualitas suatu layanan adalah dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD). Metode ini dipilih karena QFD berbasis pada kebutuhan dan keinginan pelanggan, sehingga langkah strategis yang dihasilkan dari penelitian ini akan memberikan kepuasan pelanggan dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan (Cohen, 1995). Diharapkan dengan menggunakan Metode QFD dapat membantu PT Infomedia Nusantara untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan layanan Goodizz dan memenangkan pangsa pasar *daily deals* di Indonesia. Oleh karena itu, PT Infomedia Nusantara perlu mengembangkan kualitas situs layanan Goodizz secara bertahap agar menjadi *market leader* dalam bisnis berbasis *daily deals* di Indonesia.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dan sesuai dengan metode penelitian, maka masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Apa saja karakteristik teknis yang digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan *daily deals* Goodizz ?
2. Apa saja *critical part* yang dihasilkan untuk meningkatkan kualitas layanan *daily deals* Goodizz ?
3. Bagaimana rekomendasi perbaikan pengembangan kualitas layanan *daily deals* Goodizz untuk meningkatkan kualitas layanan *daily deals* Goodizz?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Pada bagian ini diuraikan tujuan dari penelitian yang dilakukan. Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui karakteristik teknis yang digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan *daily deals* Goodizz.
2. Mengetahui *critical part* yang dihasilkan untuk meningkatkan kualitas layanan *daily deals* Goodizz.
3. Merumuskan rekomendasi perbaikan pengembangan kualitas layanan *daily deals* Goodizz untuk meningkatkan kualitas layanan *daily deals* Goodizz.

#### **I.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai masukan bagi PT Infomedia Nusantara dalam mengembangkan layanan *daily deals* GooDizz yang sesuai kebutuhan dan harapan pelanggan, sehingga mampu mempertahankan konsumen atau menarik pelanggan baru.
2. Dapat dijadikan sebagai bahan pengetahuan dan informasi bagi pihak-pihak yang ingin mengembangkan penelitian yang berkaitan dengan topik ini.

#### **I.5 Batasan masalah**

Pembatasan masalah diperlukan agar penelitian tidak menjadi terlalu luas dan menyimpang dari tujuan semula. Batasan masalah dalam pelaksanaan penelitian:

1. Tahap perancangan konsep perbaikan pengembangan layanan GooDizz hanya sampai iterasi 2 ( Fase *Part Deployment* )
2. Analisis yang dilakukan terhadap hasil pengolahan data yang diperoleh selama kurun waktu penelitian adalah antara November 2012 – Mei 2013. Perubahan yang terjadi setelah kurun waktu tersebut tidak masuk ke dalam analisis data.
3. Penelitian ini hanya sampai perumusan rekomendasi, sehingga tidak diperhitungkan keberhasilannya apabila sampai diimplementasikan.