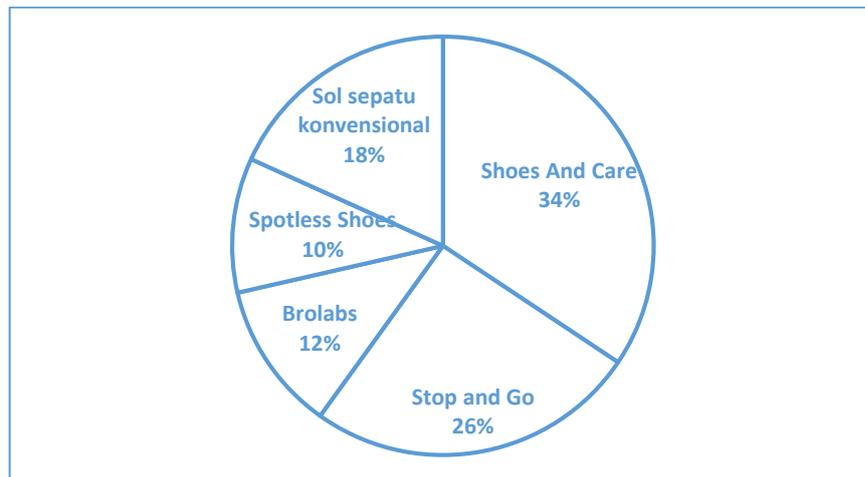


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Brolabs merupakan usaha yang bergerak di bidang *repair* sepatu. Brolabs berdiri sejak tahun 2016. Layanan utama yang diberikan oleh Brolabs adalah kemampuannya dalam *repairing* sepatu kulit, namun dalam hal *repairing* sepatu tidak terbatas hanya pada sepatu kulit. Brolabs juga bersedia untuk *repairing* sepatu dengan bahan lainnya seperti kanvas dan kain. Target pasar yang disasar oleh Brolabs adalah laki-laki dengan rentang umur 18-35 tahun, namun Brolabs juga tidak menutup kemungkinan bahwa pasarnya berasal dari semua kalangan baik laki-laki maupun perempuan. Brolabs sangat terbuka bagi siapapun yang ingin memperbaiki sepatunya.

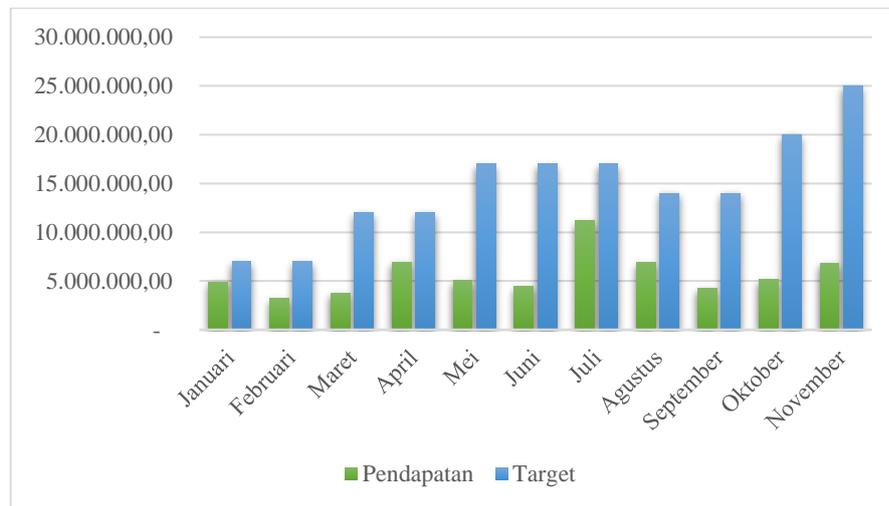
Banyaknya usaha sejenis yang ada di Kota Bandung membuat Brolabs cukup sulit untuk berkembang. Kompetitor Brolabs di Kota Bandung cukup banyak seperti Bengtatu, *Spotless Shoes*, Lumba-Lumba, dan *Shoes and Care*. Rendahnya *brand awareness* memberikan dampak terhadap jumlah pendapatan Brolabs. Salah satu rendahnya pendapatan yang tidak dapat mencapai target dikarenakan sebagian besar pelanggan yang datang ke Brolabs untuk memperbaiki sepatunya adalah pelanggan sepatu Brodo.



Gambar I. 1 Jumlah Pengguna Jasa Sejenis Brolabs
(Sumber: survei pendahuluan)

Berdasarkan survei pendahuluan dengan menyebarkan kuesioner ke beberapa responden, didapatkan data berupa berapa banyak masyarakat yang telah

menggunakan jasa *repair shoes* sejenis Brolabs. Pada survei pendahuluan ini responden yang dipilih adalah laki-laki maupun perempuan usia 18-35 tahun, di mana pemilihan responden ini disesuaikan oleh target pasar yang dituju oleh Brolabs. Pada Gambar I.1 dijelaskan bahwa sebagian besar responden lebih memilih *Shoes and Care* untuk *repairing* dan *laundry* sepatunya.



Gambar I. 2 Pendapatan Brolabs 2017
(Data Brolabs, 2017)

Rendahnya pendapatan yang diterima oleh Brolabs juga disebabkan oleh sepi pengunjung yang ingin melakukan *repair* sepatunya di Brolabs. Sejak berdirinya Brolabs pada Desember 2016, Brolabs tidak memiliki kenaikan yang signifikan terhadap pemasukan dari jasa yang diberikan. Pada Gambar I.2 dapat dilihat bahwa selama tahun 2017 Brolabs belum bisa memenuhi target yang ingin dicapai. Target yang ditetapkan oleh Brolabs cenderung naik dan turun dikarenakan setiap bulan terdapat *treat* yang berbeda-beda dalam hal penjualan.

Penelitian pendahuluan yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebar kuesioner dan wawancara ke beberapa *customer* Brolabs yang telah melakukan *repair* atau *laundry* sepatunya ke Brolabs. wawancara juga dilakukan terhadap pengguna jasa *Shoes and Care*, di mana seperti yang sudah dibahas sebelumnya bahwa *Shoes and Care* merupakan kompetitor Brolabs. Wawancara kepada masing-masing *customer* ini bertujuan untuk mencari keluhan terhadap layanan Brolabs dan *Shoes and Care*. Keluhan maupun keunggulan yang dimiliki oleh *Shoes and Care* akan diadaptasi oleh Brolabs agar setiap keluhan yang datang

dari *Shoes and Care* dapat dihindari oleh Brolabs dan keunggulan *Shoes and Care* dapat diadopsi oleh Brolbas.

Tabel I. 1 Keluhan Terhadap Brolabs dan Perbandingan Dengan Kompetitor

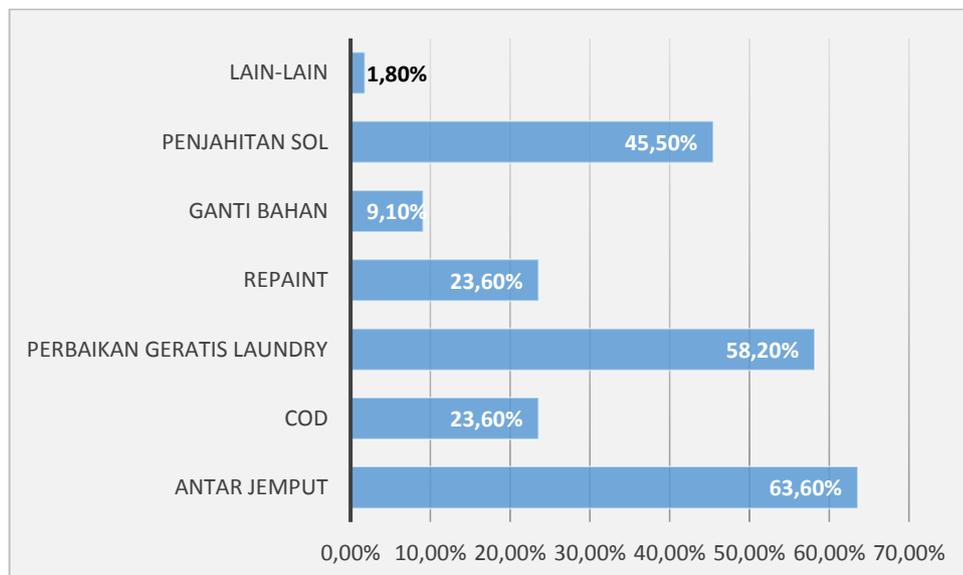
(Sumber: wawancara, 2017)

Variabel	Brolabs	<i>Shoes and Care</i>
Pelayanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perbaikan dan pengiriman sepatu tidak sesuai dengan waktu yang dijanjikan. 2. Hasil perbaikan sepatu kurang sesuai dengan yang diinginkan. 3. Tidak ada konfirmasi ketika sepatu selesai diperbaiki. 4. Ruang tunggu kurang nyaman. 5. <i>Store</i> sulit ditemukan. 	<p>Karyawan sangat sigap dalam melayani pelanggan. Terdapat <i>reminder</i> untuk pelanggan.</p> <p>Fasilitas <i>store</i> nyaman.</p>
Promosi	Tidak ada promo yang diberikan untuk pelanggan.	Banyak promosi pelayanan yang diberikan oleh <i>Shoes and Care</i> . Mulai dari <i>discount</i> pelajar, <i>discount</i> dengan jangka waktu tertentu, dan promo hari besar.
Biaya	Biaya yang ditawarkan oleh Brolabs bisa sampai tiga per empat harga sepatu.	Harga yang ditawarkan oleh <i>Shoes And Care</i> cukup bersahabat.

Berdasarkan Tabel I.1 dapat dilihat bahwa Brolabs memiliki beberapa keluhan dari beberapa pelanggannya yang telah menggunakan jasa Brolabs yang menyebabkan rendahnya keinginan untuk kembali menggunakan layanan Brolabs. Berdasarkan

keluhan yang terkumpul dapat dijadikan parameter ketidakpuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh Brolabs.

Berdasarkan hasil survei pendahuluan yang dilakukan pada penelitian ini, cukup banyak masyarakat yang berminat dengan jasa yang diberikan oleh Brolabs terhadap pelayanan jasa yang dapat diterapkan oleh Brolabs untuk menunjang layanannya. Hasil survei memperlihatkan bahwa jasa yang paling banyak dibutuhkan oleh masyarakat terhadap layanan ini adalah layanan antar jemput. Pada survei pendahuluan ini setiap satu orang responden dapat memilih lebih dari satu pilihan layanan yang telah disediakan. Sehingga hasil dari survei pendahuluan ini berupa persentase pelayanan yang paling banyak dibutuhkan oleh pelanggan.



Gambar I. 3 Permintaan Layanan Brolabs
(Sumber: Survei Pendahuluan)

Berdasarkan permasalahan tersebut, Brolabs harus melakukan peningkatan kualitas layanan dan beberapa aspek lain agar dapat lebih unggul dibanding dengan usaha sejenis (kompetitor) dan tidak mengalami kegagalan usaha.

I.2 Perumusan Masalah

Perbaikan layanan Brolabs dibutuhkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan agar pelanggan selanjutnya akan tetap memilih Brolabs untuk melakukan *repair* dan *cleaning* sepatu. *Quality Function Deployment* (QFD) dapat dilakukan untuk

melakukan perbaikan layanan pada Brolabs dengan melibatkan *voice of customer*. QFD merupakan metode peningkatan kualitas untuk menetapkan spesifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk dipenuhi. Sebelum melakukan tahapan pada QFD diperlukan pencarian *true customer needs* menggunakan integrasi *Service Quality* dan Model Kano sebagai input untuk metode QFD tentang Perancangan Kebutuhan Pelanggan Terhadap Layanan Brolabs Menggunakan Metode Integrasi *Service Quality* dan Model Kano (Kenya, 2018). Permintaan pelanggan merupakan salah satu *input* yang paling penting untuk QFD (Crostack et al. 2007).

Maka untuk penelitian ini metode yang akan digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh Brolabs adalah metode QFD. Berdasarkan penelitian sebelumnya QFD merupakan *tools* yang baik untuk mengidentifikasi karakteristik dari sebuah kualitas kinerja. Metode QFD tidak hanya menghasilkan upaya pemecahan masalah yang paling penting untuk meningkatkan kualitas kinerja (pelayanan), tetapi metode QFD juga dapat memperlihatkan keuntungan besar dalam melakukan evaluasi kinerja (Liu, 2006). Adapun pemilihan metode QFD ini didasari oleh penelitian sebelumnya tentang peningkatan pelayanan. Sebelumnya metode QFD sudah digunakan untuk menyelesaikan masalah pada bidang jasa, di mana pada penyelesaian masalah yang sebelumnya metode QFD telah berhasil dalam pengembangan usaha sesuai dengan keinginan pelanggan dan dapat digunakan sebagai pengembangan *service quality* (Hussain, Tsironis, and Ajmal 2011). Permasalahan yang akan dibahas pada penelitian berikut adalah sebagai berikut:

1. Apa saja karakteristik teknis yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan dari pelanggan berdasarkan *true customer needs* berdasarkan hasil yang didapatkan dari model Kano?
2. Apa saja *critical part* yang digunakan dalam peningkatan kualitas layanan Brolabs?
3. Langkah apa saja yang harus dilakukan oleh Brolabs untuk merealisasikan pelayanan yang sudah diusulkan?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian berdasarkan perumusan masalah di atas adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi karakteristik teknis layanan Brolabs untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
2. Mengidentifikasi *critical part* untuk meningkatkan kualitas layanan Brolabs.
3. Merekomendasikan langkah yang harus dilakukan Brolabs untuk meningkatkan kualitas layanan.

I.4 Batasan Penelitian

Pada penelitian ini diperlukan adanya pembatasan masalah agar lebih fokus dan tidak menyimpang dari topik pembahasan dan memperjelas lingkup masalah. Batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Customer needs* untuk pelayanan yang ada pada Brolabs yang didapatkan dari penelitian sebelumnya menggunakan Model Kano.
2. Responden dari penelitian ini adalah masyarakat di Kota Bandung.
3. Rentang waktu penelitian dimulai dari November 2017 sampai dengan Mei 2018.
4. Penerapan QFD dilakukan sampai dengan iterasi dua.
5. Penelitian yang dilakukan tidak sampai tahap implementasi.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai rekomendasi untuk Brolabs dalam meningkatkan kualitas layanan.
2. Memberikan masukan konsep untuk perbaikan kualitas layanan.

I.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi gambaran mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Pada bab ini berisi teori-teori yang mendasari dan mendukung yang relevan dengan permasalahan yang dibahas. Bagian ini juga membahas teori serta konsep yang berhubungan secara rinci dan digunakan untuk pemecahan masalah pada penelitian ini.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini berisi langkah-langkah penelitian yang digunakan secara rinci mengenai sistematika pemecahan masalah dan model konseptual yang akan digunakan dalam penelitian.

Bab IV Pengumpulan Data dan Pengolahan Data

Pada bab ini berisi ketersediaan pelayanan dan program komunikasi pemasaran yang sedang dilakukan oleh Brolabs dan data hasil identifikasi *benchmark* yang dilakukan dengan usaha sejenis dan juga akan dilengkapi dengan data *true customer needs*, pengkategorian dan NKP yang sudah didapat dari penelitian dengan menggunakan model Kano. Selanjutnya, data yang telah didapat akan mulai diolah dengan menggunakan metode QFD dimulai dengan QFD iterasi satu dengan membuat *house of quality*. Setelah menyelesaikan pengolahan data pada QFD iterasi satu, maka pengolahan data akan dilanjutkan ke QFD iterasi dua untuk membuat *critical part*, matriks kolerasi antara karakteristik teknis dan *critical part* serta pembuatan matriks teknis.

Bab V Analisis dan Rekomendasi Program

Pada bab ini berisi analisis yang dilakukan dari tahap pengumpulan dan pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya. Langkah selanjutnya adalah membuat perumusan rancangan pelayanan dan program komunikasi pemasaran untuk Brolabs berdasarkan analisis dan identifikasi yang diperlukan Brolabs untuk melakukan program komunikasi pemasaran.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi kesimpulan berupa pernyataan mengenai hasil dari penelitian dan saran-saran yang merupakan kelemahan dari penelitian ini bagi penelitian selanjutnya.