

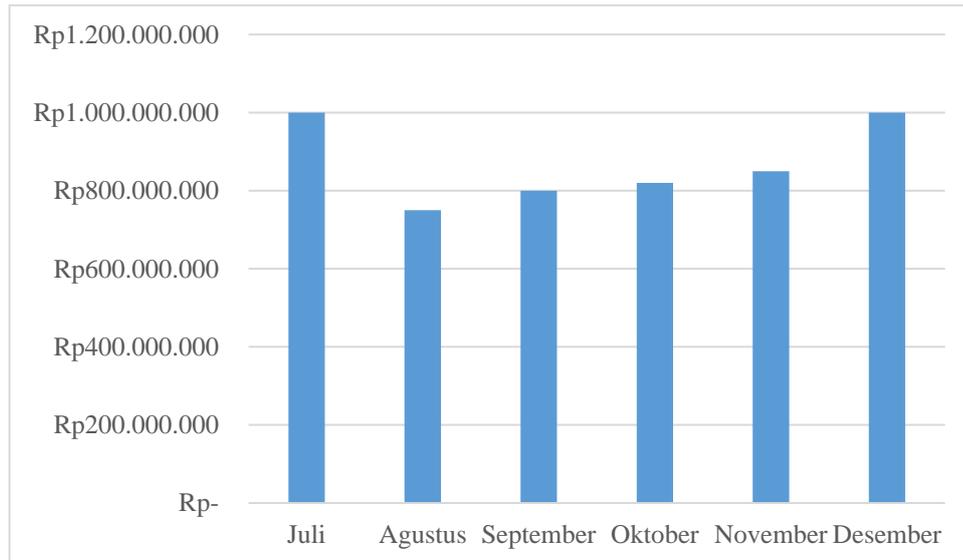
## BAB I PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Guteninc merupakan salah satu produsen sepatu kulit di Indonesia yang menyediakan berbagai macam sepatu untuk pria dan wanita. Guteninc didirikan oleh tiga pemuda asal Makasar pada bulan Juni tahun 2011. Guteninc berasal dari bahasa Jerman yaitu *Guten* yang artinya selamat sedangkan *Inc* artinya tinta yang menggambarkan cendekiawan. Pada awal mula terbentuk, Guteninc memiliki tempat penyimpanan di daerah Padjajaran Bandung. Sedangkan proses penjualan produk Guteninc terfokus untuk wilayah Bandung dan Makassar pada tahun 2011-2012 melalui media *online* yaitu *platform* Kaskus dan Instagram.

Setelah melihat perkembangan bisnis Guteninc kurang baik, para pendiri Guteninc kemudian memutuskan untuk mematangkan konsep pemasaran dan penjualan pada media *online*. Pada tahun 2014, pihak Guteninc membuat dan memperkenalkan *website* resmi dari Guteninc yang berisi informasi mengenai seluruh produk dimana tidak hanya informasi produk, tetapi seluruh kegiatan transaksi pembelian *online* dapat dilakukan melalui *website* Guteninc. Kemudian pendiri Guteninc melihat peningkatan yang sangat baik dalam penjualan *online* sehingga akhirnya memutuskan untuk membuka toko yang bertujuan untuk memamerkan produk-produk.

Tidak hanya terfokus untuk segi penjualan *online* dan *offline*, Guteninc kembali mengembangkan produk yaitu dengan menambahkan berbagai macam produk *fashion* seperti baju, jaket, jam tangan, gelang, sabuk, dompet, dan kaca mata. Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap *Chief Executive Officer (CEO)* Guteninc pada tanggal 21 Februari 2018, Guteninc menghasilkan omzet yang fluktuatif setiap bulannya dalam sistem penjualan *online*. Data penjualan *online* pada bulan Juli 2017 hingga Desember 2017 dapat dilihat pada Gambar I.1



Gambar I. 1 Data Pendapatan Guteninc Periode Juli-Desember 2017

(Sumber: Wawancara *CEO* Guteninc)

Pada Gambar I.1 dapat dilihat bahwa pendapatan *online* mampu menghasilkan ratusan hingga milyaran rupiah dalam per bulan. Dari hasil wawancara, *CEO* Guteninc menjelaskan target pendapatan untuk penjualan *online* sebesar satu miliar rupiah untuk setiap bulannya. Untuk mencapai target tersebut, *CEO* ingin meningkatkan kualitas layanan yang telah dimiliki dari segi penjualan *online*. Faktor utama tidak tercapainya target tersebut terdapat pada layanan *website* yang masih kurang baik. Hal tersebut dikarenakan terdapat banyak kasus mengenai keluhan pelanggan Guteninc terhadap layanan *website*, sehingga kualitas layanan pada *website* harus diperhatikan agar konsumen mendapatkan layanan yang optimal. Menurut Kolter (2007), kualitas dapat diartikan sebagai sebuah sifat dari jasa yang akan mempengaruhi kepuasan dan kebutuhan jasa tersebut baik yang secara langsung maupun tidak langsung.

Untuk mendefinisikan usulan peningkatan kualitas layanan *website* Guteninc, maka dalam penelitian ini dilakukan survei pendahuluan dengan melakukan wawancara kepada delapan pelanggan Guteninc. Selanjutnya, hasil wawancara didiskusikan dengan pihak Guteninc, untuk diketahui keluhan pelanggan atas pelayanan *website* Guteninc terdapat pada Tabel I.1.

Tabel I. 1 Data Keluhan Pelanggan Layanan *website* Guteninc  
(Sumber: Hasil wawancara pelanggan Guteninc)

| No. | Keluhan                                      | Presantase |
|-----|----------------------------------------------|------------|
| 1   | Respon <i>Customer Service</i> Lambat        | 75%        |
| 2   | Tampilan <i>website</i> membosankan          | 50%        |
| 3   | <i>Loading page</i> lambat                   | 25%        |
| 4   | Navigasi situs sulit dipahami                | 62,5%      |
| 5   | Sulitnya proses transaksi via <i>website</i> | 50%        |

Pada Tabel I.1 menunjukkan bahwa terdapat beberapa keluhan pada layanan *website* Guteninc. Data tersebut diperoleh dari hasil penggalian *voice of customer* Guteninc pada tahun 2017. Tabel I. 1 berisi informasi berdasarkan data keluhan pelanggan, enam dari delapan responden mengatakan respon *customer service* lambat, empat dari delapan responden mengatakan tampilan *website* membosankan, dua dari delapan responden mengatakan *loading page* lambat, lima dari delapan responden mengatakan navigasi situs sulit dipahami, dan empat dari delapan responen mengatakan sulitnya proses transaksi. Informasi pada tabel merupakan data yang telah dikategorikan berdasarkan keluhan pelanggan yang telah membeli produk Guteninc melalui pembelian *online*. Berdasarkan hasil *voice of customer* di atas maka diperlukan adanya suatu evaluasi layanan *online* Guteninc yang mengacu pada penilaian kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan *website* yang diberikan Guteninc.

## I.2 Perumusan Masalah

Peningkatan kualitas layanan *website* Guteninc sangat diperlukan dengan tujuan membantu pihak Guteninc dalam memenuhi kepuasan pelanggan yang secara tidak langsung akan meningkatkan *revenue* perusahaan. Masalah ini dapat diselesaikan melalui evaluasi antara keinginan pelanggan dengan kapabilitas perusahaan dalam memenuhi kualitas layanan pada *website* Guteninc dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD). QFD merupakan metode yang berbasis pada *customer needs* dengan tujuan mengevaluasi kepuasan pelanggan dan melakukan pengembangan pada layanan. Berdasarkan hal tersebut, perumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja karakteristik teknis untuk meningkatkan kualitas layanan *website* Guteninc dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan berdasarkan *true customer needs*?
2. Bagaimana *critical part* berdasarkan matriks *House of Quality*?
3. Bagaimana rekomendasi perbaikan kualitas layanan *website* perusahaan Guteninc yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)*?

#### **I.4 Tujuan Penelitian**

Adapun perumusan masalah di atas menjadi dasar penetapan tujuan dari penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi karakteristik teknis Pelayanan *website* Guteninc berdasarkan *true customer needs* yang didapat.
2. Mengidentifikasi *critical part* berdasarkan matriks *House of Quality*.
3. Memberikan rekomendasi kepada pihak manajemen perusahaan Guteninc dalam bentuk perbaikan kualitas layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan Guteninc dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)*.

#### **I.4 Batasan Penelitian**

Untuk menghindari meluasnya hal yang akan diteliti, maka oleh karena itu diperlukan pembatasan masalah yang berkaitan dengan penelitian sebagai berikut:

1. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)* sampai iterasi kedua, yaitu matriks *Part Deployment*.
2. *True customer needs* didapatkan dari hasil penelitian sebelumnya menggunakan Model Kano.
3. Penelitian ini hanya sampai rekomendasi program layanan, sehingga tidak diimplementasikan.

## **I.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang akan didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
  - a. Sebagai bahan pertimbangan berupa rekomendasi ide terhadap Guteninc untuk melakukan pengembangan layanan *website* Guteninc.
  - b. Dapat memberikan usulan mengenai hal apa saja yang diperlukan perbaikan kualitas layanan *website* beserta langkah-langkahnya.
  - c. Menjadi acuan perbaikan layanan penjualan *online* Guteninc untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Bagi Akademis
  - a. Sebagai sumber masukan bagi penulis penelitian lain yang menggunakan metode *Quality Fuction Deployment* untuk penelitian yang dilakukan.

## **I.6 Sistematika Penulisan**

Bagian isi Tugas Akhir ini terdiri dari enam bab, antara lain:

### **Bab I                   Pendahuluan**

Bab ini memuat uraian mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

### **Bab II                   Landasan Teori**

Bab ini memuat uraian mengenai studi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti yang dijadikan landasan teori bagi penelitian yang akan dilakukan. Landasan teori ini berisi tentang: Kualitas Pelayanan, *Website*, *Quality Function Deployment*, *Benchmarking*.

### **Bab III                Metodologi Penelitian**

Bab ini menjelaskan langkah langkah rinci penelitian yang meliputi model konseptual yang memuat uraian mengenai proses

tahapan seperti tahapan pengumpulan data, tahapan pengolahan data menggunakan metode QFD iterasi satu (*House of Quality*), pengembangan konsep (*concept development*) dan membuat QFD iterasi dua (*part deployment*) untuk mencapai tujuan penelitian.

#### **Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Bab ini menjelaskan langkah-langkah penelitian secara rinci meliputi pengumpulan data yaitu pengodean terhadap *true customer needs*, pengolahan data QFD iterasi satu yang mencakup pembuatan matriks perencanaan yang mencakup penentuan nilai *adjusted importance*, pembuatan karakteristik teknis, penentuan kekuatan hubungan antara *true customer needs* dan karakteristik teknis, pembuatan matriks korelasi antar karakteristik teknis dan pembuatan matriks teknis yang mencakup penentuan nilai *probability*, satuan, target, *current situation*, *competitive benchmark*, *column weight* dan *ranking*. Selanjutnya, pengembangan konsep (*concept development*) yaitu pembuatan beberapa alternatif konsep. QFD iterasi dua (*part deployment Matrix*) mencakup pembuatan *critical part*, matriks korelasi antara karakteristik teknis dan *critical part* serta pembuatan matriks teknis.

#### **Bab V Analisis Data**

Bab ini berisi uraian analisis secara *detail* setiap hasil pengumpulan dan pengolahan data pada bab sebelumnya.

#### **Bab VI Kesimpulan dan Saran**

Bab ini berisi secara jelas mengenai hasil penelitian secara keseluruhan sehingga dapat disimpulkan dengan poin-poin yang terkait pada tujuan awal. Tidak hanya itu, pada bab ini dijelaskan apa saja saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya menggunakan metode QFD.