

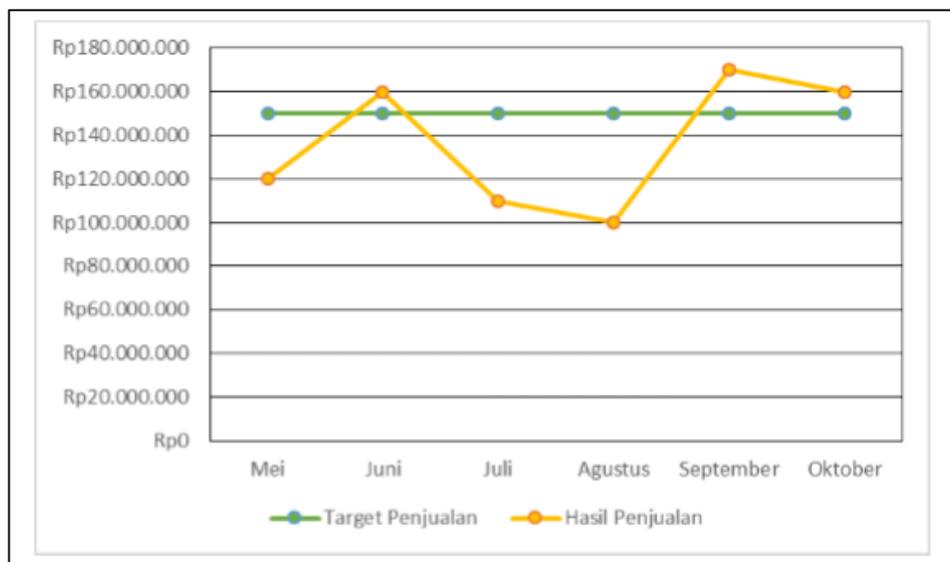
BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Mischief merupakan merek dari suatu usaha yang memproduksi celana jeans di Indonesia untuk pria dan wanita usia 17 -40 tahun. pada tahun 2006 Mischief didirikan di kota Bandung, tahun 2011 hingga 2015 fokus penjualan berada di wilayah Bandung dan Jakarta menggunakan media *online* berupa Instagram, Twitter dan Facebook. hingga sekarang, perusahaan selalu mengembangkan sistem yang lebih aktif dalam penggunaan media *online* yang berdampak peningkatan penjualan yang signifikan.

Mischief saat ini melebarkan bisnisnya dibidang *fashion* berupa jaket, baju, sweaters, sabuk dan topi. Perusahaan juga mengembangkan *website* untuk pemasaran dan penjualan produk pada sistem *online*. Saat ini, adanya toko dan *website* maka perusahaan memiliki dua sistem penjualan *online* dan *offline*.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan *chief executive officer* (CEO) pada tanggal 16 November 2018, diketahui target penjualan dan pendapatan yang diperoleh berdasarkan dua sistem penjualan yaitu *online* dan *offline*. Berikut ini data hasil penjualan *offline* yang terdapat pada Gambar I.1 periode Mei – Oktober 2018.

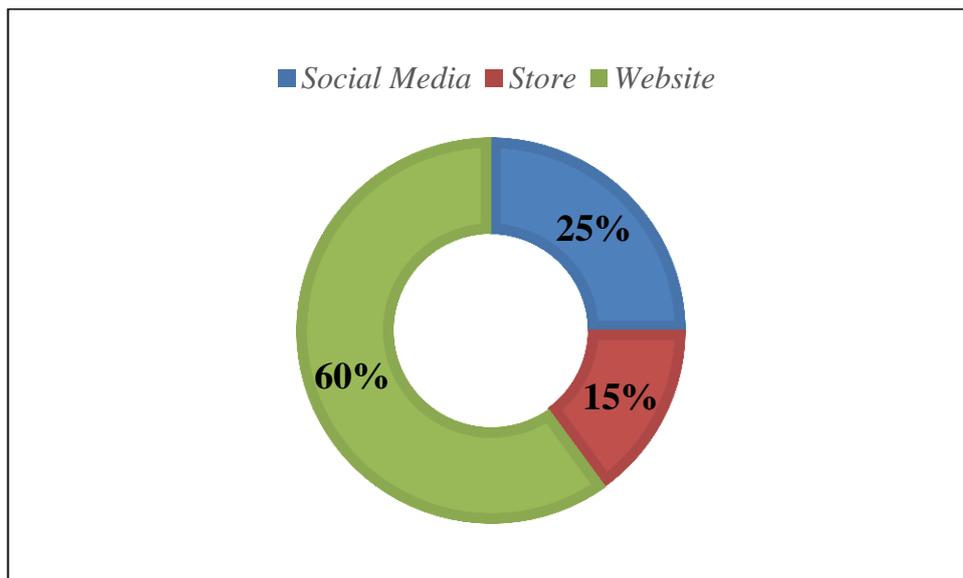


Gambar I.1 Data Hasil Penjualan *Offline* Mischief Periode Mei-Oktober 2018

(Sumber: *Depth Interview* CEO Mischief)

Berdasarkan Gambar I.1 hasil penjualan pada *store* mischief bersifat tidak tetap, dimana target yang ditetapkan bersifat tetap tiap bulannya sebesar Rp 150.000.000. CEO mengetahui bahwa penjualan dengan sistem *online* sudah dimiliki, tetapi penjualan melalui *offline* tetap penting. Pelanggan cenderung lebih tertarik melihat dan membeli produk secara langsung. Setelah mereka melihat produk tersebut pada *platform* (*Website*) ataupun *social media*.

Fokus pemecahan masalah terjadi pada layanan *offline* dikarenakan terdapat keluhan dan kendala yang terdapat pada layanan *store*. Pembelian produk melalui *store* memiliki persentase rendah jika dibandingkan dengan *social media* dan *website*. Dapat dilihat pada Gambar I.2 persentase pembelian produk yang terdapat pada *store* Mischief.



Gambar I.2 Persentase Pembelian Produk Mischief Denim Bandung

(Sumber: *Depth Interview* CEO Mischief)

Berdasarkan permasalahan yang terjadi, maka dilakukan survei pendahuluan terhadap 12 konsumen Mischief untuk melihat sudut pandang konsumen terhadap kekurangan atas layanan yang diberikan di toko Mischief. Berikut merupakan tabel keluhan yang diterima.

Tabel I.1 Keluhan terhadap Layanan Toko Mischief

No	Keluhan Konsumen	Persentase
1	Karyawan kurang memahami detail produk	42%
2	Kurangnya petunjuk dalam pengkategorian produk	75%
3	Kurangnya kejelasan informasi perawatan produk	50%
4	Produk sering mengalami tidak ada persediaan	83%
5	Pelayanan karyawan yang kurang interaktif	50%

(Sumber: Hasil Wawancara Konsumen Mischief)

Berdasarkan tabel I.1 didapatkan persentase tersebut dari hasil wawancara *open question* yang dilakukan selama satu minggu, pada rentang tanggal 19 – 23 November 2018. Dapat dilihat bahwa store Mischief memiliki beberapa keluhan dari responden. Hal tersebut membuat pelanggan menilai kualitas layanan yang diberikan belum maksimal. Oleh karena itu, Mischief perlu merancang kualitas layanan *store*.

Berdasarkan dari hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hilman dengan judul “ Perencanaan Kebutuhan Pelanggan Terhadap Layanan pada Store Mischief Menggunakan Integrasi *Service Quality* dan Model Kano” sudah ditemukan TCN tetapi, hasil tersebut belum diolah untuk dijadikan rekomendasi. Sehingga penelitian ini nantinya akan melanjutkan dari hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh saudara Hilman untuk menjawab semua keluhan serta memberikan rekomendasi terhadap keluhan tersebut.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka perumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apa saja karakteristik teknis yang digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan sesuai berdasarkan *true customer needs*?
2. Apa saja *critical Part* yang digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan store Mischief?
3. Bagaimana rekomendasi yang diperlukan untuk perbaikan kualitas layanan store Mischief ?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang sudah di jelaskan diatas, didapatkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi karakteristik teknis yang digunakan berdasarkan *true customer needs*.
2. Mengidentifikasi *critical path* untuk meningkatkan kualitas layanan.
3. Memberikan rekomendasi yang diperlukan untuk perbaikan kualitas layanan kepada store Mischief.

I.4 Batasan Penelitian

Batasan penelitian yang digunakan untuk peneliti agar tidak menyimpang dan terlalu luas dari tujuan yaitu:

1. penelitian yang di lakukan tidak sampai tahap implementasi.
2. True customer needs diperoleh dari hasil penelitian sebelumnya menggunakan Model Kano
3. Penelitian yang dilakukan sampai tahap QFD iterasi kedua

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin didapat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. sebagai pertimbangan usulan yang diperlukan dalam perbaikan kualitas pada store Mischief
2. sebagai pertimbangan dalam pengembangan perbaikan kualitas pelayanan jasa.

I.6 Sistematika Penelitian

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini dijelaskan latar belakang, perumusan, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi studi literatur yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti dan hasil penelitian terdahulu.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini berisi langkah-langkah panduan yang akan dilakukan pada penelitian. Pada bab ini akan dijelaskan model konseptual dan sistematika dalam memecahkan masalah yang akan diteliti.

BAB IV Pengumpulan dan pengolahan Data

Bab ini berisi hasil dari proses pengumpulan data dan pengolahan data pada QFD Iterasi satu dilanjutkan pengembangan konsep serta membuat QFD Iterasi dua.

BAB V Analisis dan Rekomendasi

Bab ini menjelaskan analisis dari pengolahan data yang terdapat pada bab empat serta dilanjutkan dengan rekomendasi akhir.

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi kesimpulan akhir proses pengolahan data serta analisis dari hasil penelitian. Bab ini berisi saran untuk penelitian selanjutnya.