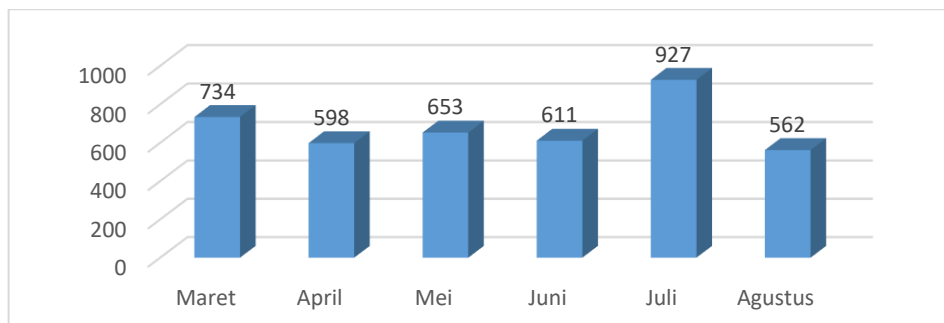


## BAB I PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

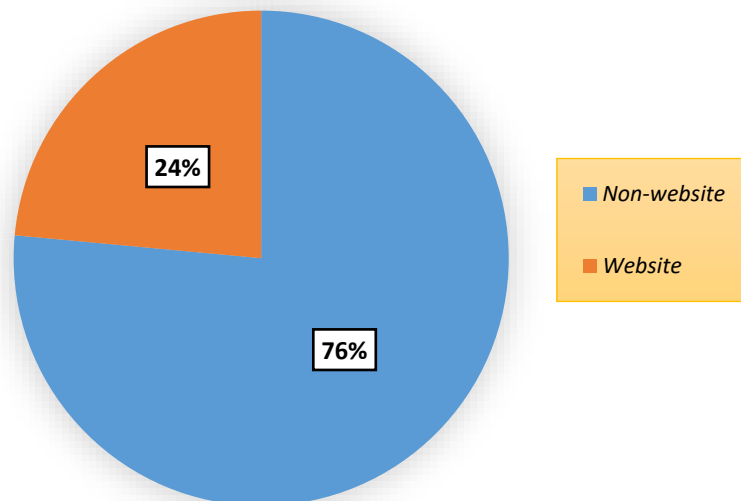
Esgotado adalah salah satu Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang bergerak di bidang konveksi. Awalnya, Esgotado merupakan sebuah konveksi bernama AC *Production / Abe Clothing* yang telah berdiri sejak 1988. Usaha ini menghasilkan produk seperti *T-shirt*, jaket, *sweater*, topi, tas dan produk lainnya. Kemudian, pihak *Abe Clothing* membentuk merek baru bernama Esgotado pada bulan November 2012, yang fokus pada produksi tas ransel dan memiliki *workshop* yang berada di Jalan Sidomukti no. T-5, Sukaluyu, Bandung, Indonesia. Nama merek “Esgotado” diambil dari bahasa Portugis yang memiliki arti “terjual” atau “*sold out*”. Berdasarkan hasil wawancara terhadap CEO, diketahui bahwa Esgotado merupakan usaha yang hanya fokus pada penjualan *online*, dengan pertimbangan penjualan secara *online* sangat cepat perkembangannya di Indonesia. Tujuannya adalah memudahkan *customer* yaitu hanya dengan memesan lewat *website*, *customer* bisa memiliki produk yang diinginkan. Esgotado memasarkan produknya melalui *website*, dan via *chat* seperti kaskus, *whatsapp*, *line*, *twitter*, *facebook*, dan *instagram*, serta saat ini promosi sedang mencoba versi terbaru yaitu melalui video *youtube*. Esgotado memproduksi puluhan model tas yang telah dipasarkan di seluruh Indonesia bahkan ada pula *customer* dari mancanegara seperti Singapura dan Malaysia. Penjualannya bahkan sudah stabil, dimana pada setiap bulannya paling tidak telah ada 500 tas yang dipesan oleh *customer*. Data volume penjualan dari bulan Maret hingga Agustus 2018 dapat dilihat dari Gambar I. 1.



**Gambar I. 1** Volume Penjualan Produk Tas Esgotado

(Sumber: Esgotado, 2018)

Gambar I. 1 menunjukkan hasil penjualan tas pada 6 bulan terakhir. Dari data diketahui bahwa terdapat 734 produk terjual pada bulan Maret, 598 produk terjual pada bulan April, 653 produk terjual pada bulan Mei, 611 produk terjual pada bulan Juni, 927 produk terjual pada bulan Juli dan 562 produk terjual pada bulan Agustus. Saat ini Esgotado telah memiliki lebih dari 14 jenis tas dan beberapa menjadi *best-seller* di kalangan anak muda. Produk yang *best-seller* diantaranya adalah *Mochilo Quarto* dan *Mochilo Tercerio*. Selain itu, Esgotado juga berkolaborasi dengan beberapa merek terkenal seperti Zanana dan mobil listrik Selo. Dari data hasil penjualan tas terdapat dua cara pemesanan oleh *customer*. Data cara pembelian produk tas Esgotado pada bulan Maret hingga Agustus 2018 dapat dilihat pada Gambar I. 2.



**Gambar I. 2** Persentase Cara Pembelian Produk Tas Esgotado

(Sumber: Esgotado, 2018)

Gambar I. 1 menunjukkan hasil penjualan tas pada 6 bulan terakhir. Dari data diketahui bahwa terdapat 734 produk terjual pada bulan Maret, 598 produk terjual pada bulan April, 653 produk terjual pada bulan Mei, 611 produk terjual pada bulan Juni, 927 produk terjual pada bulan Juli dan 562 produk terjual pada bulan Agustus. Saat ini Esgotado telah memiliki lebih dari 14 jenis tas dan beberapa menjadi *best-seller* di kalangan anak muda. Produk yang *best-seller* diantaranya adalah *Mochilo Quarto* dan *Mochilo Tercerio*. Selain itu, Esgotado juga berkolaborasi dengan beberapa merek terkenal seperti Zanana dan mobil listrik Selo. Dari data hasil penjualan tas terdapat dua cara pemesanan oleh *customer*. Data cara pembelian

produk tas Esgotado pada bulan Maret hingga Agustus 2018 dapat dilihat pada Gambar I. 2.

Faktor utama tidak tercapainya target peningkatan pembelian produk adalah adanya layanan pada *website* yang kurang memuaskan. Hal ini dikarenakan terdapat banyak kasus mengenai keluhan *customer* Esgotado terhadap layanan *website*, sehingga kualitas layanan pada *website* harus diperhatikan agar *customer* mendapatkan layanan yang optimal. Kualitas adalah suatu sifat dari jasa yang berkemampuan untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai atau bahkan melebihi yang diinginkan pelanggan (Kotler, Philip; Keller, 2018).

Untuk mendefinisikan usulan peningkatan layanan *website* Esgotado, maka dalam penelitian ini dilakukan *survey* pendahuluan. Dalam penelitian ini, dilakukan survei pendahuluan dengan pengambilan sampel menggunakan teknik sampling non-probabilitas, tepatnya dengan teknik sampling *snow-ball*. Survei pendahuluan dilakukan kepada 20 *customer* Esgotado melalui *deep interview* yang dilakukan Selasa, 6 November 2018. Responden yang dimaksud adalah *customer* yang telah melakukan transaksi pembelian minimal satu kali. Selanjutnya, hasil dari wawancara di diskusikan dengan pihak Esgotado, untuk mengetahui keluhan *customer* terhadap pelayanan *website* Esgotado yang terdapat pada tabel I.1.

**Tabel I. 1** Data Keluhan *Customer* Layanan *Website* Esgotado

No	Keluhan	Presentase Respon Pelanggan
1	Respon <i>Customer Service</i> Lambat	70%
2	Tampilan <i>website</i> yang membosankan	75%
3	<i>Loading page</i> lambat	45%
4	Navigasi situs sulit dipahami	35%
5	Sulitnya proses transaksi <i>via website</i>	50%
6	Tampilan pilihan/alternatif menu tidak variatif	75%
7	Sulitnya berinteraksi langsung dengan <i>Customer Service</i>	80%

(Sumber: Hasil wawancara *customer* Esgotado, 2018)

Pada Tabel I.1 menunjukkan bahwa terdapat beberapa keluhan pada layanan *website* Esgotado. Berdasarkan Tabel I.1 diketahui bahwa terdapat 14 dari 20 responden yang mengeluhkan tentang *customer service* yang lambat, 15 dari 20 responden mengeluhkan tentang tampilan konten *website* yang membosankan, 9

dari 20 responden mengeluhkan *loading page* yang lambat pada *website* Esgotado, 7 dari 20 responden mengeluhkan tentang navigasi pada situs *website* yang sulit untuk dipahami, 10 dari 20 responden mengeluhkan sulitnya bertransaksi melalui *website* 14 dari 20 responden mengeluhkan tentang tampilan pilihan/alternatif menu yang tidak variatif, dan 16 dari 20 responden mengeluhkan tentang sulitnya berinteraksi langsung dengan *Customer Services*. Informasi pada Tabel I. 1, merupakan data yang telah dikategorikan berdasarkan keluhan *customer* yang telah membeli produk Esgotado melalui *website*, minimal satu kali.

Selain melakukan wawancara terhadap *customer* Esgotado, wawancara juga dilakukan terhadap *customer* kompetitor yang menurut pemilik Esgotado adalah kompetitor terkuat selama beberapa tahun terakhir yang dapat dibuktikan melalui Lampiran A. Hasil wawancara terhadap kompetitor dapat dilihat pada Tabel I.2.

**Tabel I. 2** Survei Pendahuluan

No	Keluhan	Jumlah Keluhan Pelanggan Esgotado	Jumlah Keluhan Pelanggan Kompetitor I (Eigerindo)	Jumlah Keluhan Pelanggan Kompetitor II (Visval)
1	Respon <i>Customer Service</i> Lambat	14 orang	5 orang	2 orang
2	Tampilan <i>website</i> yang membosankan	15 orang	1 orang	1 orang
3	<i>Loading page</i> lambat	9 orang	3 orang	2 orang
4	Navigasi situs sulit dipahami	7 orang	2 orang	2 orang
5	Sulitnya proses transaksi <i>via website</i>	10 orang	3 orang	5 orang
6	Tampilan pilihan/alternatif menu tidak variatif	14 orang	4 orang	2 orang
7	Sulitnya berinteraksi langsung dengan <i>Customer Service</i>	16 orang	5 orang	1 orang

(Sumber: Hasil wawancara *customer* kompetitor, 2019)

Dari Tabel I. 2 jumlah responden antara pihak Esgotado dan kompetitor berjumlah sama, yaitu 20 setiap perusahaan. Dari hasil survei dapat diketahui bahwa kedua kompetitor mendapatkan keluhan yang lebih sedikit dibandingkan dengan Esgotado. Pihak Esgotado ingin adanya perbaikan dengan pembanding kedua kompetitor tersebut. Kompetitor terberat menurut pihak Esgotado yaitu Eigerindo yang merupakan *brand* yang sudah dikenal sejak 1989 dan banyak *customer* yang telah percaya pada *website* Eigerindo. Sedangkan untuk Visval merupakan *online*

*shop* yang berdiri sejak tahun 2014 namun telah memiliki banyak pelanggan dengan tampilan *website* yang menarik menurut *customer*.

Berdasarkan hasil data keluhan *customer* layanan *website* Esgotado maka diperlukan adanya evaluasi layanan *online* Esgotado yang mengacu pada penilaian kepuasan *customer* terhadap kualitas layanan *website* yang diberikan oleh pihak Esgotado.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Peningkatan kualitas layanan *website* Esgotado sangat diperlukan dengan tujuan membantu pihak Esgotado dalam memenuhi kepuasan *customer* yang mengacu pada keinginan CEO untuk berfokus pada penjualan *via website*. Masalah ini dapat diselesaikan melalui evaluasi antara keinginan *customer* dan kapabilitas perusahaan dalam memenuhi kualitas layanan pada *website* Esgotado dengan menggunakan *Quality Function Deployment* (QFD). Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya maka perumusan permasalahan yang diangkat sebagai topik dan akan diteliti oleh penulis pada Tugas Akhir ini, yaitu :

1. Apa karakteristik teknis yang dapat meningkatkan kualitas layanan *website* Esgotado 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 Esgotado yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD)?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi karakteristik teknis pelayanan *website* Esgotado berdasarkan *true customer needs* yang telah didapatkan.
2. Mengidentifikasi *critical part* berdasarkan matriks *House of Quality*.
3. Memberikan rekomendasi kepada pihak manajemen perusahaan Esgotado dalam bentuk perbaikan kualitas layanan yang sesuai dengan kebutuhan

*customer* Esgotado dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD).

#### **I.4 Batasan Masalah**

Untuk menghindari meluasnya pembahasan masalah yang akan diteliti, oleh karena itu diperlukan diperlukan adanya batasan masalah, yaitu :

1. Ruang lingkup responden adalah pelanggan Esgotado yang pernah melihat *website* Esgotado.
2. Responden dalam penelitian ini terdiri dari pelanggan Esgotado yang telah melakukan pembelian produk Esgotado dalam jangka waktu 1-3 bulan terakhir.
3. Pengambilan data penelitian dilakukan pada bulan September 2018 sampai dengan April 2019.
4. *True customer needs* didapatkan dari hasil penelitian sebelumnya menggunakan model Kano.
5. Pengambilan data internal dan data eksternal dilakukan dengan cara *brainstorming* dengan pihak Esgotado dan *benchmarking* dengan kompetitor.
6. Hasil penelitian ini sampai tahap rekomendasi tidak sampai pada tahap implementasi, namun dapat dijadikan pertimbangan bagi pihak Esgotado dalam mengembangkan aplikasi berdasarkan kebutuhan para pelanggannya yang perlu untuk dipertahankan dan ditingkatkan agar mampu bersaing.

#### **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 pihak Esgotado untuk melakukan pengembangan layanan *website* Esgotado.
  - b. Dapat memberikan usulan mengenai hal apa saja yang diperlukan perbaikan kualitas layanan *website* beserta langkah-langkahnya,
  - c. Menjadi acuan perbaikan layanan penjualan *online* pihak Esgotado untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Bagi Akademis
  - a. Sebagai sumber masukan bagi penulis penelitian lain untuk menggunakan metode *Quality Function Deployment* untuk penelitian yang dilakukan.

## **I.6 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi dasar teori yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Tujuan dari bab ini adalah membentuk kerangka berpikir dan literatur yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian dan perancangan hasil akhir.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan langkah-langkah pemecahan masalah yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan penelitian sesuai tujuan yang telah dibahas dan sebagai kerangka utama untuk menjaga penelitian agar tetap pada alurnya.

### **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Bab ini berisi langkah penelitian secara rinci meliputi pengumpulan data yaitu pengodean *true customer needs*, pengolahan data yang sesuai dengan urutan pengerjaan metode QFD yang kemudian nantinya digunakan untuk menentukan *critical part*.

### **BAB V ANALISIS DATA**

Bab ini menjelaskan tentang analisis yang dilakukan terhadap data yang telah diolah serta memberikan usulan perbaikan yang didapatkan.

### **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi tentang hasil penelitian secara keseluruhan sehingga dapat disimpulkan dengan poin-poin yang tertera pada tujuan awal. Selain itu, pada bab ini juga dijelaskan mengenai saran yang akan diberikan berdasarkan hasil penelitian.