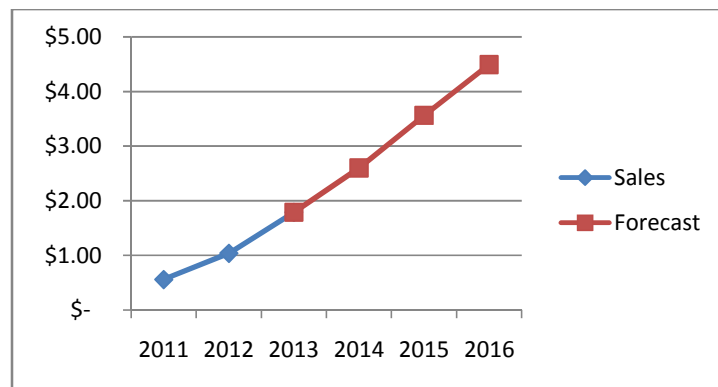


Bab I Pendahuluan

I.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan industri *e-commerce* atau perdagangan elektronik, semakin memacu persaingan antara para pelaku bisnis di dunia maya. Saat ini banyak toko *online* yang merupakan salah satu penerapan *e-commerce* B2C (*Business-to-consumer*), berlomba-lomba menawarkan barang dan jasa serta menarik pasar melalui media internet. *E-commerce* sendiri dapat didefinisikan sebagai kegiatan berbagiinformasi bisnis, menjaga hubunganbisnis danmelakukan transaksi bisnismelalui jaringantelekomunikasi(Zwass, 1996). Bentuktransaksi bisnismeliputi jual belimelalui internetmelalui jaringankomputerdan mencakupberbagai macam produkdan jasa.

Berdasarkan data dari eMarketer (2013) diketahui bahwa untuk tahun 2012 lalu, pertumbuhan belanja *e-commerce* Indonesia meningkat 58,1% dibanding tahun 2011 dengan nilai US\$1.04 miliar. Data ini dapat ditunjukkan dalam Gambar I.1.

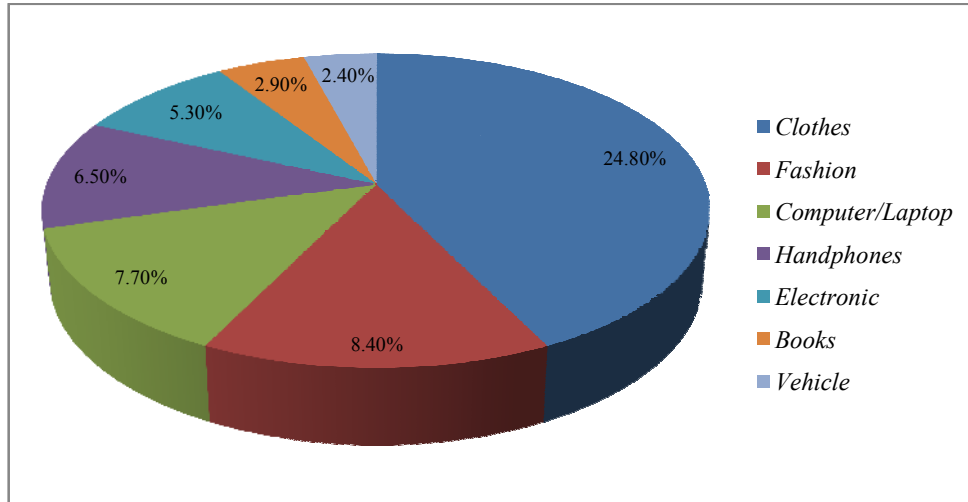


Gambar I.1 Pertumbuhan *E-commerce Sales* di Indonesia (2011-2016)

Sumber: eMarketer (2013)

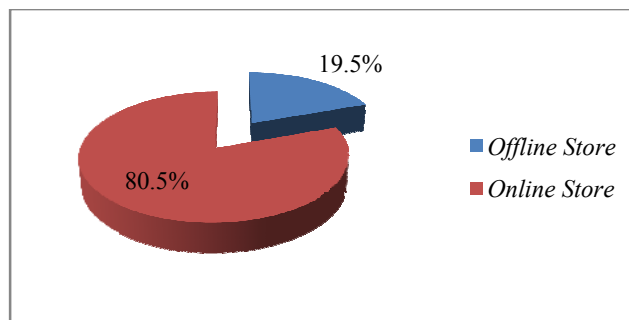
Produk-produk yang ditawarkan toko *online* sangat beragam, mulai dari busana, perhiasan, tiket pesawat sampai dengan barang-barang elektronik. Menurut data dari MarkPlus *Insight Analysis* (2012), produk busana merupakan produk yang paling diminati pelanggan *online* di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa

produk busana seperti baju, aksesoris dan sepatu memiliki potensi yang baik dan akan terus berkembang pada pasar *online*. Gambar I.2 menunjukkan sebaran produk yang paling dibeli melalui *online shop*.



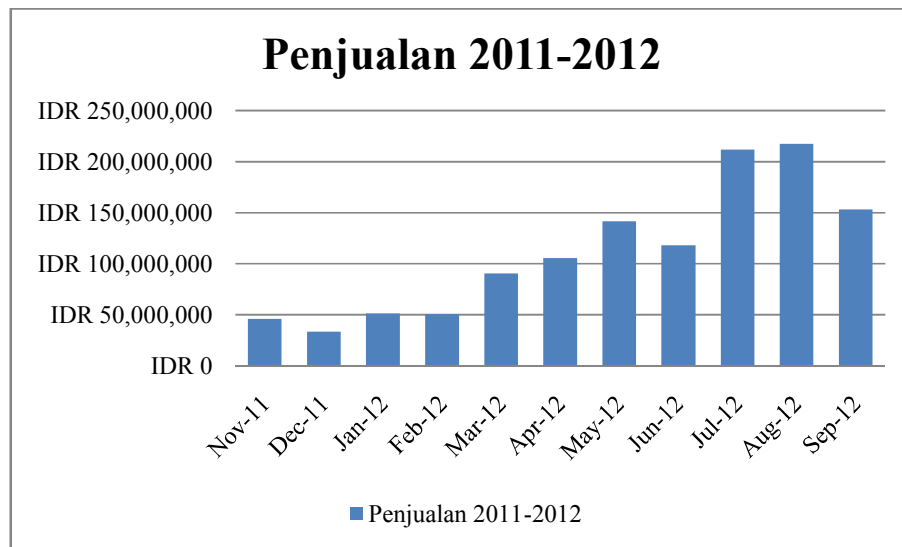
Gambar I.2 Produk yang Dibeli Melalui *Online Shop*
 Sumber: *Data MarkpPlus Insight (2012)*

Brodo merupakan salah satu produsen sepatu, yang telah memanfaatkan teknologi internet untuk memasarkan produknya. Selain melalui internet, Brodo juga melakukan penjualan secara *offline* yaitu melalui *tradeshow* dan kantor pusatnya. Akan tetapi, hasil penjualan secara *offline* ini tidak sebesar penjualan *online*. Hal tersebut terjadi karena dari awal usaha mulai Brodo lebih memusatkan layanan penjualannya secara *online*. Persentase penjualan produk secara *online* dan *offline* dapat dilihat pada Gambar I.3.



Gambar I.3 Persentase Penjualan Produk Brodo (2011–2012)
 Sumber: *Data Internal Brodo (2012)*

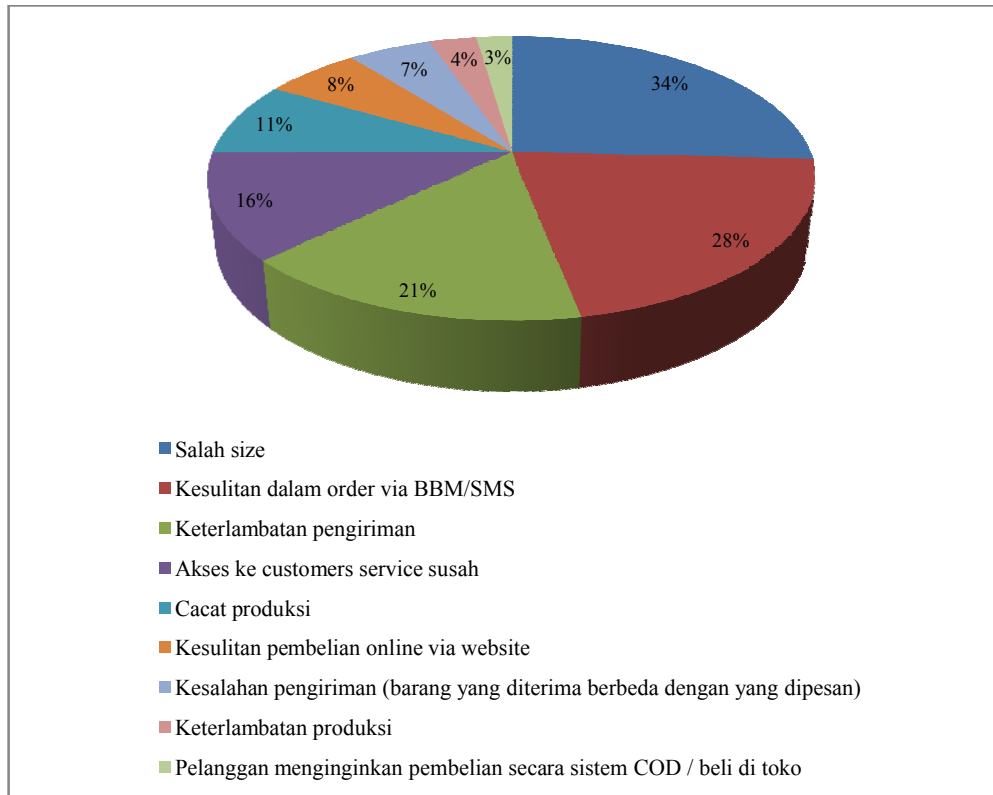
Melalui sistem penjualan *online*, Brodo telah memiliki pasar yang cukup luas dan memiliki pelanggan dalam jumlah yang besar. Produk yang ditawarkan Brodo mulai dikenal di mancanegara dan Brodo mampu menghasilkan omzet ratusan juta setiap bulan melalui sistem penjualan *online* dan *offline*. Data penjualan Brodo dapat dilihat pada Gambar I.4



Gambar I.4 Data Penjualan *Brodo* 2011-2012
 Sumber: *Data Internal Brodo (2012)*

Dari Gambar 1.4 dapat diketahui bahwa penjualan Brodofotwear sangat fluktuatif setiap bulan. Menurut *chief executive officer* Brodo, besarnya penjualan setiap bulan dipengaruhi oleh keberagaman produk, adanya promosi dan kualitas layanan yang diberikan.

Saat ini Brodo masih menghadapi berbagai macam keluhan dari pelanggan. Berdasarkan data internal Brodo, jumlah keluhan pada bulan November 2011 sampai dengan September 2012 mencapai 78 kasus. Hal yang paling sering dikeluhkan pelanggan adalah 'salah size'. Persentase keluhan pelanggan dapat dilihat pada Gambar I.5



Gambar I.5 Persentase Keluhan Pelanggan Nov 2011 – Sep 2012

Sumber: *Data Internal Brodo (2012)*

Melihat persentase keluhan pelanggan yang besar maka perlu bagi perusahaan dalam menjawab dan menyelesaikan keluhan pelanggan yang dialami pelanggan, Brodo kemudian menciptakan standar dalam menangani keluhan yang dihadapi oleh konsumen. Berikut adalah kondisi eksisting dalam penanganan terhadap keluhan:

1. Pengembalian/penukaran karena barang cacat atau salah size

Pelanggan dapat melakukan pengembalian barang apabila sepatu yang diterima dalam keadaan rusak atau cacat, tanpa melakukan pertanyaan macam macam, *customer support* siap untuk menerima kembali barangnya untuk ditukar atau direfund. Aturan pengembalian/penukaran karena barang cacat atau salah size adalah sebagai berikut:

1. Pelanggan cukup melakukan pemberitahuan via email, BBM, SMS, atau Telepon untuk melakukan pengembalian, selanjutnya

para *customer support* akan membantu pelanggan melakukan pengembalian.

2. Penukaran akan dilakukan setelah sepatu yang akan ditukar telah diterima.
3. Pelanggan menanggung ongkos pengiriman untuk penukaran.
4. Beri waktu 7 hari para *customer support* untuk memproses pengembalian.
5. Ongkos kirim akan diganti oleh perusahaan.
6. Pelanggan mempunyai hak untuk melakukan penukaran atau refund.
7. ENJOY your new BRODO.

2. Kesalahan pengiriman

Para *customer support* juga manusia, suatu saat mereka bisa khilaf dan salah melakukan pengiriman, baik itu size maupun model. Apabila ini terjadi pertama-tama yang harus dilakukan pelanggan adalah melapor ke *customer support* dengan segera apa yang salah sembari menyebutkan data nama dan alamat. Dan proses kesalahan pengiriman akan kami lakukan secepat mungkin dan menjadi *high priority*.

Berdasarkan fakta diatas maka diperlukan adanya suatu evaluasi sistem pelayanan *online* Brodo yang mengacu pada pemuasan kebutuhan pelanggan. Evaluasi kualitas layanan penjualan *online* diperlukan bagi Brodo sebagai langkah awal memperbaiki kualitas layanan sehingga mampu memenangkan persaingan pada bisnis *online*.

Perusahaan tidak cukup hanya mengetahui kepuasan pelanggannya, namun diperlukan juga langkah perbaikan terhadap atribut kelemahan perusahaan yang dirasakan penting dalam memenuhi kepuasan pelanggan serta pengembangan layanan sebagai penambahan daya saing perusahaan pada layanan masa depan. Dengan dilakukan perbaikan terhadap atribut kelemahan perusahaan, layanan penjualan *online* yang telah ada dapat dikembangkan lagi agar lebih baik.

I.2 Perumusan Masalah

Permasalahan yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana atribut kebutuhan berdasarkan *E-SERVQUAL*?
2. Bagaimanakararakteristik teknis berdasarkan matriks *House of Quality*?
3. Bagaimana perencanaan *critical part* berdasarkan matriks *Part Deployment*?
4. Bagaimanarekomendasi perbaikan kualitas layanan *e-commerce* perusahaan Brodo yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)*?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang sudah dikemukakan sebelumnya, maka dapat ditentukan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui atribut kebutuhan berdasarkan *E-SERVQUAL*.
2. Mengetahui karakteristik teknis berdasarkan matriks *House of Quality*.
3. Mengetahui perencanaan *critical part* berdasarkan matriks *Part Deployment*.
4. Memberikan rekomendasi kepada pihak manajemen perusahaan Brodo dalam bentuk perbaikan kualitas layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan *Brodo* dengan menggunakan metode metode *Quality Function Deployment (QFD)*.

I.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai acuan perbaikan layanan penjualan *online* Brodo untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Menjadi acuan pengembangan kualitas layanan untuk memenangkan persaingan bisnis *online*.
3. Sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

I.5 Batasan Penelitian

Pembatasan masalah diperlukan agar penelitian tidak menjadi terlalu luas dan menyimpang dari tujuan semula. Beberapa pembatasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)* sampai iterasi kedua, yaitu *Matriks Part Deployment*.
2. Diasumsikan proses layanan Brodotidak mengalami perubahan signifikan selama periode penelitian.
3. Penelitian ini hanya sampai perumusan rekomendasi program layanan sehingga tidak diperhitungkan keberhasilannya jika diimplementasikan.

I.6 Sistematika Penulisan

Penulisan Tugas Akhir ini, dibagi menjadi tiga bagian yaitu : bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir. Bagian awal dari Tugas Akhir ini memuat halaman judul, halaman pengesahan, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar lampiran, daftar gambar, daftar tabel, dan daftar istilah.

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

1. Bab I Pendahuluan
Pada bab ini memuat uraian mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.
2. Bab II Landasan Teori
Pada bab ini memuat uraian mengenai konsep-konsep dan prinsip dasar yang dijadikan landasan teori bagi penelitian yang akan dilakukan. Landasan teori ini berisi tentang: konsep E-SERVQUAL, *Matriks Klein Grid*, *Weighted Average Performance*, *Quality Function Deployment* dan *Benchmarking*.

3. Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini memuat uraian mengenai proses tahapan atau kerangka penelitian yang dilakukan dalam menjawab permasalahan penelitian untuk mencapai tujuan penelitian.

4. Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini berisikan identifikasi atribut kebutuhan, pelaksanaan wawancara dan perancangan survey, pengumpulan serta pengolahan data.

5. Bab V

Pada bab ini berisi Bab ini berisi uraian analisis hasil pengumpulan dan pengolahan data pada bab sebelumnya.

6. Bab VI Kesimpulan dan Saran

Penutup merupakan bab terakhir, bab ini berisi kesimpulan dan saran.

Bagian akhir Tugas Akhir ini berisi daftar pustaka dan lampiran.