

# BAB I PENDAHULUAN

## I.1 Latar Belakang

Saat ini sedang marak berkembang produsen lokal pakaian jadi, khususnya pada sektor pakaian berbahan dasar denim atau lebih sering dikenal dengan istilah *jeans*. Kontribusi sektor ini terhadap pertumbuhan ekonomi tidak kalah dibandingkan dengan sektor lainnya. Industri tekstil dan produk tekstil (TPT) di Indonesia merupakan sektor andalan yang terus berkembang, kontribusi sektor industri tekstil dan produk tekstil (TPT) dalam pembentukan PDB rata-rata dari tahun 2001 hingga 2005 sekitar 3,2 persen per tahun yang menempati posisi ke dua setelah industri makanan, minuman, dan tembakau di dalam lingkup industri pengolahan. Selain industri ini memberikan kontribusi yang besar dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB), sektor ini juga memberikan kontribusi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja dan pendapatan devisa negara (Junaedi, 2007).

Tercatat sejak awal tahun 2008 sampai akhir tahun 2010 telah berdiri sekitar 28 produsen *jeans* lokal antara lain Mischief, Pot Meets Pop, Ruffneck, Peter Says Denim, Hysterical, Rockmen Rebel Denim, Alter Cotton (Zender, 2010). Berikut ini adalah perkembangan jumlah produsen *jeans* lokal.

Tabel I. 1 Perkembangan Produsen *Jeans* Lokal

sumber : Rahmandika 2010

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Produsen <i>Jeans</i> Lokal</b>
2008	7
2009	12
2010	28

Berdasarkan Tabel I.1, dapat dilihat bahwa seiring berjalannya waktu, produsen-produsen *jeans* lokal terus berkembang mulai dari awal tahun 2008 sampai dengan Desember 2010, dari data ini diperkirakan jumlahnya akan terus bertambah mengingat sektor ini masih baru dan memiliki potensi yang sangat besar. Sebagai contoh, perusahaan Mischief mampu menghasilkan *omzet* mencapai Rp.200.000.000 setiap bulannya dengan menjual produk baik secara *online* dan *offline*. Melihat peta persaingan yang semakin meluas, para perusahaan yang baru mulai merintis harus memiliki kualitas yang sama bahkan lebih baik dibanding produsen-produsen terdahulunya.

Perusahaan Mommo merupakan perusahaan lokal penghasil *jeans* pakaian jadi yang baru berdiri pada tanggal 5 Juli 2010 dan pada sistem penjualannya, perusahaan ini menggunakan media internet sebagai basis utama penjualan produk-produknya atau lebih sering dikenal dengan istilah *e-commerce*. Perusahaan Mommo menggunakan berbagai situs *social network* seperti *facebook*, *kaskus* dan *darahkubiru* sebagai media penjualannya.

Sebagai satu perusahaan yang baru berdiri, perusahaan Mommo tentunya akan bersaing dengan para kompetitor sejenis, baik itu produsen yang telah berdiri sebelumnya maupun yang baru akan memulai. Untuk mendapatkan perhatian lebih dari para konsumen, perusahaan Mommo harus memiliki keunggulan dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Menurut Oinike (2010) kualitas pelayanan merupakan satu kunci penting yang harus terus ditingkatkan karena

merupakan satu keunggulan yang kompetitif sehingga perusahaan dapat terus bersaing dengan para kompetitor. Adapun kualitas pelayanan yang baik adalah pelayanan yang berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk itu, tahap pertama yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menganalisis apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Perusahaan akan benar-benar mengetahui dan memahami apa saja yang menjadi keinginan dan persepsi pelanggan mengenai suatu kualitas layanan jasa yang baik. Kemudian pada tahap berikutnya data-data *voice of customer* tersebut akan diolah untuk menghasilkan satu *ouput* yang merupakan solusi untuk menghasilkan pelayanan yang optimal

Langkah-langkah penelitian di atas merupakan cara yang tepat untuk perusahaan Mommo. Mengingat perusahaan Mommo merupakan perusahaan yang berbasis *e-commerce*, proses pelayanan secara *e-commerce* merupakan kunci utama untuk menjaga kepuasan para konsumen (Lee dan Lin, 2005). Dengan penelitian tersebut perusahaan Mommo selaku produsen akan dapat mengetahui kualitas pelayanan yang ada selama ini, lalu memperbaiki kualitas pelayanan tersebut, dan kemudian menghasilkan kualitas layanan yang lebih baik, sehinggadengan adanya layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan, diharapkan akan membawa perusahaan dapat terus berkembang dan bersaing dengan para produsen *jeans* lokal lainnya.

Hingga saat ini perusahaan Mommo masih harus berhadapan dengan keluhan-keluhan pelanggan yang cukup tinggi dan bervariasi. Hal yang paling dikeluhkan oleh pelanggan adalah pesanan yang sampai terlalu lama. Pada Tabel I.2 ini adalah beberapa bentuk keluhan dari para pelanggan :

Tabel I. 2 Kategori Keluhan Pelanggan

Sumber: Data internal perusahaan

No	Kategori Keluhan	Jumlah Keluhan
1	Pelayanan tidak responsif	10
2	Barang sampai terlalu lama	27
3	Info tentang produk kurang jelas	5
4	Ukuran yang ada pada tabel petunjuk pengukuran tidak sesuai dengan aslinya	7
5	Kesulitan dalam melakukan proses pembayaran	3
6	Tidak ada garansi mengenai kecacatan produk	4
7	Waktu pelayanan tidak jelas	14
8	Belum ada <i>website</i> resmi yang menampilkan info produk dan perusahaan secara lengkap serta <i>up to date</i>	19
9	Pelayanan yang kurang ramah	8
		97

Dari Tabel I.2, dapat diketahui bahwa tingkat dan variasi keluhan masih cukup tinggi dan beragam. Jenis-jenis keluhan ini didapat sejak bulan Juli 2010 sampai bulan Desember 2010. Hal ini merupakan cerminan dari keinginan dan kebutuhan pelanggan yang tidak dapat dipenuhi oleh perusahaan Mommo selaku produsen, sedangkan beberapa kategori keluhan yang diterima dikarenakan setiap pelanggan mempunyai pandangan dan tingkat kepentingan yang berbeda-beda. Hal ini merupakan fokus utama yang harus dicermati karena dapat berdampak kepada loyalitas pelanggan, karena apabila pelanggan tidak merasa puas dengan suatu produk maka pelanggan akan beralih ke produsen lain.

Cukup tingginya jumlah keluhan pelanggan tentunya akan menimbulkan masalah bagi pihak perusahaan Mommo, dengan iklim kompetisi yang semakin ketat seperti sekarang, pelanggan memiliki banyak pilihan dan kemudahan jika ingin berpindah ke produk lain. Oleh karena itu, perusahaan Mommo menyadari

perlu dilakukan suatu penelitian terhadap kualitas pelayanan *e-commerce* seperti apa yang menjadi kebutuhan serta keinginan para pelanggannya.

Adapun metode yang dapat digunakan untuk melakukan peningkatan kualitas pelayanan adalah dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD). *Quality Function Deployment* (QFD) didefinisikan sebagai metodologi dalam proses perencanaan dan pengembangan produk atau layanan yang mampu mengintegrasikan ‘*voice of customer*’ ke dalam proses perancangannya (Aka, 1990; dalam Eridani, 2010). Dengan metode diharapkan dapat menjadi alat untuk mengembangkan kualitas pelayanan *e-commerce* perusahaan Mommo sehingga layanan yang berkualitas dan mengerti kebutuhan serta keinginan para pelanggannya.

Melalui pendekatan QFD, penelitian ini dilakukan dengan terlebih dahulu mengumpulkan *voice of customer* yang didapatkan melalui data hasil wawancara yang berisikan indikator tingkat kepuasan serta tingkat kepentingan kualitas suatu produk di mata konsumen, dan kemudian melakukan pengembangan terhadap kualitas layanan *e-commerce* perusahaan Mommo berdasarkan *voice of customer* tersebut. Dengan begitu risiko kesalahan dalam mengasumsikan kebutuhan pelanggan dapat dihindari. Selain itu, pengembangan ini benar-benar dilakukan berdasarkan kebutuhan pelanggan, serta diiringi dengan kemampuan dari pihak perusahaan Mommo. Dengan demikian dalam proses perancangannya diharapkan dapat menjadi alat untuk mengembangkan kualitas layanan *e-commerce* perusahaan Mommo menjadi satu layanan yang berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan serta keinginan para pelanggannya.

## **I.2 Perumusan Masalah**

Perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apa saja atribut kebutuhan menurut pelanggan terhadap layanan *e-commerce* perusahaan Mommo?
2. Bagaimana prioritas perbaikan berdasarkan matriks *House of Quality*?
3. Bagaimana prioritas perbaikan berdasarkan matriks *Part Deployment*?

4. Bagaimana prioritas target perbaikan berdasarkan matriks *House of Quality* dan matriks *Part Deployment*?
5. Bagaimana rancangan perbaikan kualitas layanan *e-commerce* perusahaan Mommo dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)*?

### **I.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui atribut kebutuhan menurut pelanggan terhadap layanan *e-commerce* perusahaan Mommo.
2. Mengetahui prioritas perbaikan berdasarkan matriks *House of Quality*.
3. Mengetahui prioritas perbaikan berdasarkan matriks *Part Deployment*.
4. Mengetahui prioritas target perbaikan berdasarkan matriks *House of Quality* dan matriks *Part Deployment*.
5. Memberikan rekomendasi kepada pihak manajemen perusahaan Mommo dalam bentuk perbaikan kualitas layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan Mommo dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)*.

### **I.4 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.
2. Diasumsikan proses pelayanan Mommo tidak mengalami perubahan signifikan selama periode penelitian dimulai (Oktober 2010-selesai).
3. Proses *technical benchmarking* menggunakan kinerja pelanggan layanan *e-commerce* perusahaan Alter Cotton.

## **I.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Memberi masukan kepada pihak perusahaan Mommo agar dapat meningkatkan kualitas serta kinerjanya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, mampu menarik pelanggan baru yang lebih banyak dengan kualitas produk yang lebih baik.
2. Pelanggan dapat menginformasikan kebutuhan serta keinginannya dan memberikan masukan terhadap layanan *e-commerce* pada perusahaan Mommo untuk masa yang akan datang sehingga kualitas layanan tersebut nantinya sesuai dengan apa yang diharapkan
3. Sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

## **I.6 Sistematika Penulisan**

### 1) BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan memberikan gambaran mengenai masalah yang akan dibahas, yang berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### 2) BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori yang dimaksudkan untuk mengemukakan teori yang dapat dipakai untuk pemecahan masalah. Dalam hal ini memuat landasan teori yang berkaitan dengan *E-SERVQUAL*, kepuasan pelanggan, dan metode QFD (*Quality Function Deployment*).

### 3) BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini memuat metodologi penelitian yang digunakan untuk melakukan analisis menggunakan data yang dikaji, cara penilaian supaya mendapatkan hasil yang meliputi metode pengumpulan data dan alat analisis.

### 4) BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini menjelaskan mengenai pengumpulan data yang diperoleh melalui proses wawancara sehingga didapatkan beragam atribut

kebutuhan pelanggan dan kemudian diolah dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)*.

5) BAB V ANALISIS DATA

Pada bab ini dijelaskan mengenai hasil pembahasan mengenai analisis data yang berasal dari pengolahan matriks *House of Quality* dan matriks *Part Deployment*.

6) BAB VI REKOMENDASI

Pada bab ini dijelaskan rekomendasi mengenai hasil dari pengolahan dan analisis data

7) BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan pembahasan serta saran-saran yang didasarkan pada hasil penelitian.