

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penelitian**

Dewasa ini laju perkembangan perekonomian yang semakin meningkat menyebabkan semakin ketatnya tingkat persaingan dalam dunia bisnis. Hal ini terlihat jelas dalam sektor jasa yang mana banyak pengusaha yang mengalihkan kegiatannya dari manufaktur ke sektor jasa, dengan alasan sektor jasa dinilai akan memberikan atau memiliki banyak peluang. Di samping itu, kontribusi sektor jasa terhadap perekonomian dunia hampir dua per tiganya. Jadi, dapat dikatakan sektor jasa mampu memperbaiki perekonomian dunia dilihat dari segi pendapatan dan kemampuan menyerap tenaga kerja serta meningkatkan devisa negara.

Akibat dari persaingan yang ketat tersebut perusahaan dituntut untuk mampu meningkatkan kualitas produknya untuk mencapai kepuasan pelanggan. Kualitas merupakan pertimbangan yang pertama kali oleh konsumen untuk tetap menggunakan suatu produk/jasa, karena bagi konsumen hal yang lebih penting dari produk/jasa tersebut adalah dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan yang diharapkannya. Meskipun tingkat kepuasan konsumen besarnya relatif tetapi untuk mengetahuinya dapat dilakukan dengan standarisasi terhadap kualitas produk yaitu, dengan cara membandingkan antara harapan konsumen dengan kinerja (pelayanan) yang diterima mereka. Jika kinerja melebihi apa yang diharapkan konsumen maka konsumen akan menjadi puas dan loyal terhadap

Demikian halnya dengan industri jasa persewaan alat-alat pesta dan upacara yang tumbuh dengan pesat menyebabkan persaingan semakin ketat. Hal itu lebih disebabkan oleh semakin meningkatnya pendapatan, preferensi atau selera konsumen khususnya wilayah perkotaan. Selain itu, pola pikir masyarakat perkotaan yang lebih atau cenderung bersifat praktis turut mendorong tumbuh dan berkembangnya industri ini.

Oleh karena itu, pengusaha industri jasa ini dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang berkualitas yang meliputi, ketepatan waktu, kemudahan dalam pelayanan dan kecepatan. Selain itu, hal yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pemakaian suatu produk/jasa suatu perusahaan adalah biaya.

Hal yang dapat dilakukan untuk mengetahui suatu produk/jasa telah memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen adalah penelitian untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan pentingnya berkomunikasi dengan pelanggan internal dan eksternal, yaitu dengan konsep *Quality Function Deployment (QFD)* (Tjiptono dan Diana, 2002:112). *QFD* merupakan praktik untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan, yaitu dengan menerjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan organisasi, sehingga memungkinkan organisasi untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan tersebut dan memperbaiki proses hingga tercapai efektivitas maksimum. *QFD* juga merupakan praktik menuju perbaikan proses yang dapat memungkinkan organisasi untuk melayani harapan pelanggannya. Untuk menggambarkan

digunakan matriks yang berbentuk rumah sering disebut dengan *House Of Quality (HOQ)*.

Persewaan WK Grup adalah perusahaan jasa yang akan dibahas lebih lanjut dengan menerapkan konsep *QFD*. Perusahaan ini memiliki kantor pusat di jalan Asti Kuningan Blok G No. 19 Caturtunggal, Depok, Sleman dengan cabang di Wonorejo Sariharjo Ngaglik, Sleman dan jalan Rajawali No. 4 Manukan Kidul Condong Catur, Depok, Sleman. Persewaan WK Grup ini mengembangkan usahanya dengan menyewakan alat-alat pesta dan upacara. Selain itu, persewaan ini juga melayani tata suara, *video shooting*, kesenian tradisional, editing dan transfer DVD, S-VCD, VCD, CD.

Meskipun usaha tersebut berkembang pesat tetapi untuk dapat tetap bertahan dalam persaingan diperlukan pembenahan terhadap manajemen yang digunakan, mencakup peningkatan kualitas pelayanan dalam usaha mencapai kepuasan konsumen. Cara yang tepat untuk mengetahui apa yang diperlukan dan dibutuhkan oleh pelanggan sehingga kepuasan konsumen tercapai adalah konsep *QFD*, yang merupakan salah satu faktor penentu dalam perbaikan komunikasi, pengembangan produk, proses dan sistem pengukuran kepuasan konsumen.

Penelitian ini mengacu pada replikasi penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Lusi Widyastuti pada tahun 2003 dengan judul “Aplikasi *Quality Function Deployment* Pada Bus Pariwisata Pusaka Tours Di Yogyakarta Untuk Mencapai Kepuasan Konsumen”. Penelitian tersebut menghasilkan beberapa prioritas yang ingin dicapai oleh pihak Pusaka Tours yaitu menggunakan kriteria

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengambil judul skripsi  
“**APLIKASI KONSEP *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)*  
PADA PERSEWAAN WK GRUP DI YOGYAKARTA**”

### **B. Batasan Masalah Penelitian**

Agar penelitian lebih terarah dan tidak terjadi salah penafsiran maka diberikan batasan masalah yaitu, penelitian dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan, keinginan dan harapan dari konsumen dengan menerapkan konsep *QFD*. Dalam pembuatan *QFD* ini menggunakan instrumen *SERVQUAL* yang dikemukakan oleh Parasuraman dkk (1988) yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty* (Behara dan Chase 1992 dalam Fajarwati 2003:59). Hasil penelitian tersebut berupa target operasional yang harus dipenuhi oleh Persewaan WK Grup.

### **C. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana aplikasi konsep *Quality Function Deployment* pada Persewaan WK Grup ?
2. Target operasional apakah yang dihasilkan dalam aplikasi konsep *Quality*

#### **D. Tujuan Penelitian**

Pada umumnya penelitian dilakukan dengan dilandasi seperangkat tujuan yang ingin dicapai, berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis aplikasi konsep *Quality Function Deployment* pada Persewaan WK Grup.
2. Untuk menentukan target operasional yang dapat dihasilkan dalam aplikasi konsep *Quality Function Deployment* .

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menerapkan ilmu atau teori yang telah diperoleh di perkuliahan dalam permasalahan yang sebenarnya pada perusahaan yang akan memberikan tambahan ilmu dan berguna bagi peneliti pada masa yang akan datang.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan lebih lanjut untuk menyusun strategi dalam peningkatan pelayanan, sehingga memuaskan pelanggan serta mencapai kualitas