

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era yang semakin maju, daya beli masyarakat menjadi semakin meningkat. Peluang ini menjadi kesempatan besar bagi para pengusaha. Salah satu cara untuk bersaing adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menurut pendapat Selvy, Srikandi & Andriani (2013) merupakan perbandingan antara pelayanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen. Hal ini diketahui bahwa kualitas pelayanan yaitu memberikan pelayanan terbaik demi tercapainya harapan dan kebutuhan pelanggan. Kemudian, menurut Hutami & Amalina (2016), penawaran akan sebuah jasa akan berhasil jika memberikan nilai dan kepuasan kepada pembeli sarannya. Ketika harapan pelanggan terpenuhi, maka perusahaan akan semakin mampu bersaing di pasar. Sehingga, para pengusaha berlomba-lomba untuk semakin meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya dengan tujuan agar bisa semakin kuat bersaing di pasar. Kualitas pelayanan adalah seberapa mampu perusahaan memenuhi apa yang dibutuhkan pelanggan. Kualitas jasa merupakan hal yang sangat diperhatikan dan diperlukan dalam perusahaan jasa. Hal ini diperlukan karena pelanggan akan merasakan kepuasan terhadap pelayanan-pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Sehingga, pelanggan menjadi lebih setia untuk menggunakan jasa perusahaan tersebut. Dan sebaliknya, pelanggan akan beralih ke perusahaan jasa lainnya ketika merasa tidak puas dengan

pelayanan yang diberikan. Hal ini akan menjadi salah satu penyebab perusahaan tidak mampu bersaing dengan perusahaan lainnya.

Untuk mengetahui persepsi dan ekspektasi serta tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan perusahaan, dapat dilakukan berbagai pendekatan. Seperti, menyebarkan kuisioner, atau bisa juga dilakukan dengan wawancara. Salah satu metode yang tepat adalah *Quality Function Deployment (QFD)* dapat digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan-kebutuhan pelanggan.

Menurut Heizer, Render & Munson (2016) QFD adalah proses menetapkan permintaan pelanggan dan menerjemahkan keinginan pelanggan tersebut ke dalam atribut yang dapat dipahami dan dilaksanakan oleh setiap bagian fungsional. Dan menurut Djumarti et al (2010), metode QFD dapat menerjemahkan keinginan konsumen menjadi desain sasaran produk. QFD juga dapat memberikan masukan kepada perusahaan terkait fasilitas, kualitas pelayanan, harga, dan sebagainya. Sehingga, perusahaan dapat mempelajari dan menganalisis kebutuhan-kebutuhan pelanggan, kemudian menyiapkan beberapa strategi untuk memenuhinya. Ketika perusahaan tidak melakukan pendekatan ini dalam perbaikan kualitas perusahaan, bisa saja menyebabkan perbaikan yang dilakukan menjadi kurang tepat. Salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah meningkatkan kualitas pelayanan transportasi *online*.

Transportasi *online* menjadi bisnis yang sedang berkembang di Indonesia. Hal ini ditandai dengan munculnya beberapa aplikasi yang

menawarkan jasa transportasi online, dengan berbagai fitur pelayanan lainnya sebagai variasi pelayanan dari perusahaan, dan dengan berbagai harga yang ditetapkan perusahaan sesuai pelayanan yang digunakan oleh pelanggan.

Salah satu perusahaan yang menawarkan jasa transportasi *online* adalah PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa atau yang biasa dikenal sebagai GO-JEK. Selain menawarkan transportasi *online*, GO-JEK juga menawarkan pelayanan berupa pembayaran digital berupa GO-PAY, dan berbagai fitur lainnya yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya tiap hari. Hingga bulan Juni 2016, aplikasi GO-JEK sudah diunduh lebih dari 10 Juta kali di *Google Play*. Kemudian hingga saat ini GO-JEK sudah tersebar di 50 kota di Indonesia serta beberapa kota di Vietnam dan Thailand.

Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LD FEB UI) mengadakan riset bekerjasama dengan GO-JEK. Survei menunjukkan GO-RIDE menjadi layanan yang paling banyak digunakan oleh konsumen [GO-JEK](#) Indonesia. Sebesar 85,20% konsumen menyebutkan layanan GO-RIDE menjadi moda transportasi pilihan mereka. Selain GO-RIDE, GO-FOOD menjadi layanan kedua yang banyak digunakan konsumen Go-Jek. Sebanyak 73,2% konsumen mengaku GO-FOOD menjadi layanan yang pernah digunakan mereka. Berdasarkan riset LD FEB UI, sebanyak 74,2% konsumen menyatakan menggunakan GO-FOOD untuk konsumsi pribadi. Adapun, 53,8% konsumen menyatakan GO-FOOD digunakan untuk konsumsi keluarga. Kemudian, di berbagai sosial media banyak pelanggan GO-JEK yang

melakukan komplain atas pelayanan yang diberikan GO-JEK. Sehingga, hal ini menjadi acuan bagi GO-JEK untuk segera meningkatkan kualitas pelayanannya.

Melihat betapa pentingnya kualitas layanan yang harus diberikan GO-JEK, maka GO-JEK harus selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanannya agar ekspektasi atau harapan pelanggan terpenuhi. Salah satu cara yang digunakan adalah dengan menerapkan *Quality Function Deployment (QFD)* dengan menggunakan matriks *House of Quality (HoQ)*. Dengan hal ini, dapat diharapkan GO-JEK mampu menganalisis kebutuhan pelanggannya, kemudian dapat memperbaiki atau meningkatkan kualitas pelayanan yang akan diberikan pada pelanggan.

Berdasarkan latar belakang *diatas*, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Penerapan Metode *Quality Function Deployment (QFD)* untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Atribut jasa apa saja yang dianggap penting bagi pelanggan?
2. Pertimbangan apa saja yang perlu dilakukan oleh GO-JEK sebagai *technical response* dalam meningkatkan kualitas pelayanan?
3. Apa tindakan yang harus dilakukan oleh GO-JEK untuk meningkatkan kualitas pelayanan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi atribut jasa yang dianggap penting oleh pelanggan.
2. Mengidentifikasi pertimbangan yang perlu dilakukan GO-JEK sebagai *technical response* dalam meningkatkan pelayanan.
3. Menentukan tindakan-tindakan yang harus dilakukan oleh GO-JEK untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

D. Manfaat penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumbangan pemikiran dalam dunia pendidikan khususnya manajemen operasi. Serta sebagai solusi dalam pemecahan masalah perusahaan yang berhubungan dengan *Quality Function Deployment (QFD)*.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi GO-JEK sebagai masukan untuk mengidentifikasi keinginan atau harapan pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan. Sehingga, dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan pengembangan atau perbaikan kualitas pelayanan perusahaan.

- b. Bagi pelanggan GO-JEK

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi manfaat bagi pelanggan GO-JEK, yaitu dengan merasakan pelayanan-pelayanan yang semakin baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan. Sehingga, kepuasan pelanggan mampu dicapai dengan baik.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan atau referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang terkait dengan *Quality Function Deployment (QFD)*.