

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Di Indonesia saat ini, perkembangan sektor jasa semakin meningkat pesat. Pada kontribusi sektor ini terhadap pertumbuhan ekonomi tidak kalah dibandingkan dengan sektor lainnya. perusahaan dalam pasar bebas menjadi pendorong bagi perusahaan untuk meningkatkan perhatian dan kepuasan konsumen terhadap mutu suatu produk dan kualitas sistem pelayanan pada industri jasa. Perusahaan harus memiliki serta bisa mengelola atas kualitas produk baik barang maupun jasa dengan memperhatikan kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler dan Kevin Lane Keller (2007;177), Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. salah satu dari tiga tingkatan kepuasan yang dialami konsumen yaitu, 1. jikalau kinerja dibawah harapan, konsumen akan merasa kecewa, 2. akan tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas, 3. bila kinerja bisa melebihi harapan pelanggan akan merasa sangat puas dan gembira. (Tjiptono dan Diana (2001)),kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja dan evaluasi purna beli dengan ketentuan produk yang dibeli minimal sama dengan harapan pelanggan atau melebihi harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi pendorong bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan kemampuan menyediakan dan menghasilkan produk yang memenuhi kepuasan dan kebutuhan konsumen. sedangkan Menurut (Walker, Et al. (2001:35)), kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap produk yang mereka beli atau suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi.

Pelanggan yang mengalami kepuasan dalam mendapatkan pelayanan akan melakukan transaksi ulang sehingga menimbulkan loyalitas. sebaliknya pelanggan yang tidak puas akan meningkatkan dan beralih menjadi pelanggan perusahaan pesaing, akibatnya perusahaan akan mengalami penurunan pendapatan, (Sangadji dan Sopiah,(2013))dalam jurnal Putri Cahaya Tyasdela. Menurut Nasution (2004), Pentingnya kualitas dapat dilihat dari dua sisi, pertama dilihat dari sudut pandang manajemen operasional kualitas merupakan hal penting untuk meningkatkan daya saing produk dari pesaing. kedua dari sudut manajemen pemasaran kualitas merupakan salah satu unsur dari bauran pemasaran yang mampu meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar.

Dengan adanya perkembangan di dunia bisnis ini maka setiap usaha bisnis dituntut untuk selalu cermat dalam memperhatikan pemenuhan keinginan pasar, salah satu usaha yang cukup bersaing saat ini adalah Usaha Butik, banyak sekali usaha Butik yang tumbuh dan berkembang dengan orientasi utamanya adalah pemenuhan kebutuhan pelanggan. ketatnya persaingan dalam hal kualitas produk, harga, promosi dan distribusi di antara sekian banyaknya toko butik menyebabkan toko butik ini perlu melakukan upaya pemberian kualitas pelayanan terbaik kepada pelanggan karena kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi setiap pelanggan. Usaha butik adalah salah satu jenis usaha bidang busana yang memberikan pelayanan jasa dan produk kepada konsumen berupa pesanan pembuatan busana dan penjualan busana yang sudah jadi dengan model khusus dan istimewa, dikatakan khusus dan istimewa karena model yang tidak pasaran dan tidak diproduksi secara massal dengan kualitas jahitan yang bermutu tinggi.

Wilayah situbondo bisnis butik semakin maju dan berkembang sangat pesat. karena tingginya minat masyarakat dalam berbelanja pakaian untuk mengikuti mode atau trend fashion yang berkembang membuat bisnis butik makin diperhitungkan. Bisnis butik menjadi pilihan untuk menyediakan aneka model baju dan pakaian yang berbeda dibandingkan dengan yang lainnya. Hal inilah yang membuat toko butik selalu dicari konsumen terutama kaum wanita. karena ini semakin berkembangnya di dunia bisnis terutama pada bisnis ini mengakibatkan banyaknya persaingan yang memilih untuk membuka bisnis yang sama, dari kondisi ini usaha butik harus melakukan instropeksi atau perubahan dalam upaya untuk meningkatkan penjualan produknya. Dan harus dapat bersaing dengan butik lainnya dengan memperbaiki dan selalu meningkatkan kualitas produk dan layanan, sehingga jika dirasakan baik oleh pelanggan dan memusakan bagi pelanggan diharapkan akan dapat kembali dan menyampaikan informasi tersebut dari mulut ke mulut karena kepuasan yang didapatnya. Kebanyakan kendala yang dihadapi pengusaha dalam mengembangkan produk atau pelayanannya, oleh karena itu menurut Subagyo (2000), pengamatan terhadap selera konsumen harus menjadi perhatian dan harus segera menyesuaikan trend pada saat ini.

Perusahaan harus menfokuskan apa saja keinginan konsumen pada usaha butik, seperti pelayanan yang sesuai, produk yang berkualitas yang selalu mengikuti trend masa kini. Metode quality function deploement (QFD) merupakan salah satu metode yang mengutamakan pendekatan sistematis dengan cara menentukan tuntutan atau mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan permintaan konsumen, Menurut Wijaya (2011:34). Menurut Sulistyawati (2015), meneliti menggunakan metode QFD dapat mengungkapkan kesenjangan kualitas produk dan kualitas layanan dengan pernyataan atau kebenaran yang diberikan konsumen sehingga perlu dilakukan tindakan teknis perbaikan ataupun peningkatan sumber daya pada

perusahaan tersebut. Banyaknya alternatif konsumen dalam pembelian dan sebagai upaya untuk meningkatkan pangsa pasar, toko butik memerlukan upaya untuk mendengarkan pelanggan atau yang sering disebut *listening to the voice of customer*. (Cohen, 1995), QFD didefinisikan sebagai suatu proses atau mekanisme terstruktur untuk menentukan kebutuhan pelanggan dan menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan itu ke dalam kebutuhan teknis yang relevan, dimana masing-masing area fungsional dan tingkat organisasi dapat mengerti dan bertindak.

perusahaan jasa seperti toko butik yang sudah dijelaskan diatas, mencerminkan dari kegiatan pelayanan toko butik kepada pelanggan dari peningkatan pelayanan yang dilakukan hanya berarti bila dirasakan langsung oleh para pelanggan dimana bentuk dari peningkatan kualitas dari toko butik. Upaya untuk meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan maupun produk harus menjadi perhatian yang utama perusahaan, Jika kepuasan tinggi maka akan mendorong kesetiaan pelanggan yang tinggi, dari sini lah banyak perusahaan baik perusahaan industri maupun perusahaan jasa kini bertujuan pada *TCS-Total Customer Satisfaction* (Kepuasan pelanggan sepenuhnya). Toko butik akan semakin unggul dalam persaingan dengan menyesuaikan produk dan pelayanan dengan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan metode *quality function deployment* (QFD). Sasaran QFD ini adalah untuk meningkatkan laju dan efisiensi proses pengembangan produk dan tidak akan salah saing dipasaran. Melalui pendekatan QFD ini menggunakan sejenis diagram matriks untuk mempresentasikan data dan informasi yang didapat (Evans et al, 2007), yaitu Matriks House of Quality atau rumah mutu adalah bentuk yang paling dikenal dari representasi QFD.

## 1.2 Rumusan Masalah

Persaingan butik semakin tajam dalam merebut konsumen. Bagi konsumen, pasar senantiasa menyediakan berbagai pilihan produk atau jasa dan merek yang akan dikonsumsi. Kebutuhan untuk membeli ada pada konsumen. Konsumen akan menggunakan berbagai kriteria dalam membeli produk atau dan merek tertentu. Diantaranya adalah konsumen akan membeli produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhannya, selera dan daya belinya. Konsumen tentu akan memilih produk yang bermutu lebih baik dengan harga lebih murah dan service yang memuaskan, oleh karena itu perusahaan harus senantiasa memahami konsumen, mengetahui apa yang dibutuhkannya, apa selernya, dan bagaimana mengambil keputusan, sehingga perusahaan mampu mengambil strategi yang tepat untuk memberi kepuasan yang maksimal kepada konsumen.

Untuk mengetahui harapan konsumen diperlukan suatu alat yang dapat menangkap dengan teliti keinginan konsumen terhadap produk yang dihasilkan perusahaan dan menentukan aspek-aspek yang harus menjadi prioritas dan harus diperhatikan oleh pihak perusahaan dalam upaya pemenuhan dan peningkatan kepuasan konsumen. Alat yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah tersebut, diantaranya *Quality Function Deployment* atau QFD (Gasperz, 2003). QFD dapat menerjemahkan kebutuhan pelanggan kedalam spesifikasi teknis tertentu atau menghubungkan apa yang diinginkan pelanggan dan bagaimana suatu produk akan didesain dan diproduksi agar memenuhi kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan hal-hal di atas, maka perumusan pada pernyataan diatas yang digunakan untuk meneliti masalah tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan metode *Quality Function Deployment* (QFD) dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada toko butik?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh toko butik dengan Metode *Quality Function Deployment* (QFD)?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui penerapan metode *Quality Function Deployment* (QFD) dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada toko butik
2. Menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh toko butik dengan Metode *Quality Function Deployment* (QFD)

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kegunaan bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran perbaikan untuk meningkatkan kualitas layanan, yang diharapkan dapat mempertahankan kepuasan pelanggan dan pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

2. Bagi Pembaca dan Pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi mengenai kualitas pelayanan serta aplikasi *quality function deployment* (QFD) pada toko butik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan

3. Bagi Penulis

Diharapkan melalui penelitian ini, penulis dapat lebih memahami teori yang diperoleh, sehingga dapat menerapkannya dalam kehidupan sehari-

hari, terutama dalam bidang manajemen khususnya manajemen kualitas untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan pada perusahaan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk :

1. Sebagai bahan masukan pada toko butik dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga memposisikan perusahaannya dimata konsumen.
2. Sebagai bahan masukan pada toko butik dalam meningkatkan kualitas konsumen untuk memenuhi keinginan konsumen selanjutnya.

