

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

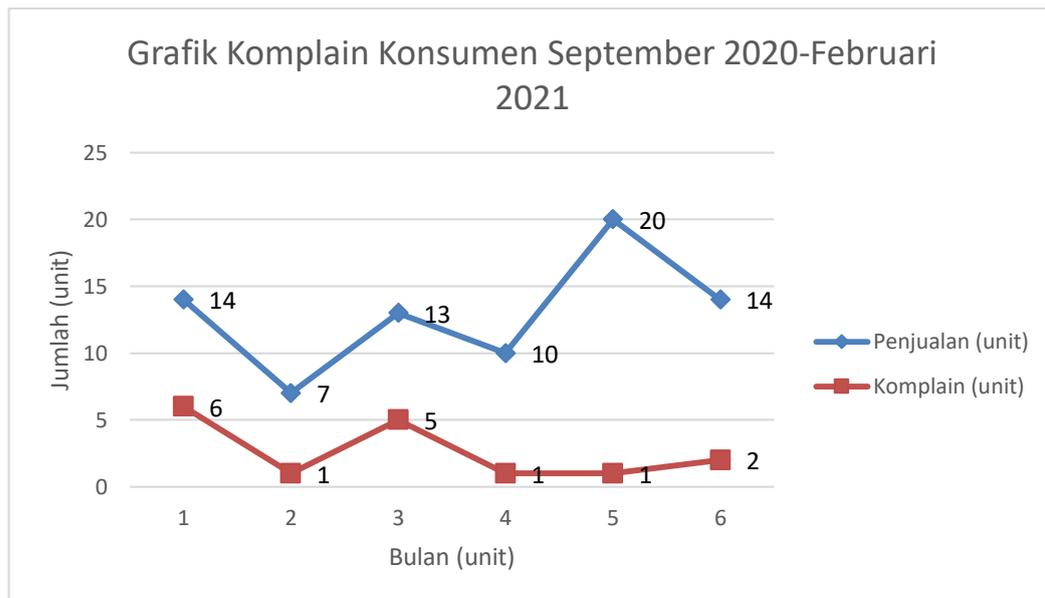
PT. XYZ merupakan perusahaan yang berdiri pada 22 Desember 2018. PT. XYZ merupakan perusahaan distribusi yang bergerak di bidang jasa, terdapat jasa pemasangan, perawatan, dan perbaikan unit Solar *Water Heater*. Pada perusahaan distribusi seperti ini tentu banyak sekali pesaing dalam bidang yang sama. PT. XYZ merupakan perusahaan rintisan dan selalu memperbaiki dan mengembangkan sistem dalam pekerjaan agar perusahaan ini dapat dikelola lebih sistematis, efektif, dan efisien.

Pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa tentu tidak lepas kaitannya dengan konsumen, akan selalu ada komunikasi dengan pihak konsumen. Karena pada perusahaan ini tidak hanya terfokus pada penjualannya saja tetapi ada juga tanggung jawab terhadap perawatan atau *service* pada unit yang telah terjual. Perusahaan ini masih memiliki tanggung jawab setelah terjadinya penjualan. Maka, diperlukannya penilaian terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Ronald Rust (1996) (dalam Daryanto & Setyobudi, 2014), penyedia jasa harus memperhatikan apa yang konsumen persepsikan atas jasa yang diberikan, tetapi juga bagaimana mereka dapat merasakan kepuasan. Kedalaman dari perasaan konsumen ini merupakan hasil dari tingkat seberapa jauh persepsi dari konsumen dapat sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

Kepuasan pelanggan pada PT. XYZ juga menjadi orientasi pihak perusahaan yang tertera pada visi dari perusahaan itu sendiri. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Philip Kotler, 2005).

Analisa kepuasan pelanggan menjadi topik utama pada penelitian ini. Hasil analisa dari kepuasan pelanggan ini dapat memberikan informasi penting kepada pihak perusahaan, dimana analisa pelanggan ini menjadi aspek penting dalam dunia usaha. Terlepas dari hasil atau kualitas produk, pelanggan akan menilai kualitas pelayanan pada setiap perusahaan. Menurut Tjiptono dalam Hadijah

(2015), kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Karena dalam transaksi jual beli jasa ataupun produk diperlukannya pelayanan yang baik agar pelanggan bisa mendapatkan informasi secara jelas dan dapat menyelesaikan permasalahan pada pelanggan dengan sesuatu produk atau jasa yang dijual oleh perusahaan tersebut.



Gambar 1.1 Data Keluhan Konsumen PT.XYZ

(Sumber : Data departemen *operationan&project* PT.XYZ)

Dari data di atas diketahui bahwa ada keluhan konsumen setiap bulan yang terjadi terkait dengan unit setelah pemasangan. Dapat dilihat pada bulan 1 memiliki 14 penjualan unit dengan complain sebanyak 6 unit yang terpasang pada bulan itu. Komplain tersebut dikarenakan pemasangan yang kurang baik sehingga adanya tetesan air, pengiriman unit yang lama, Kebocoran saat pemasangan, penggantian unit yang sangat lama, dan pemasangan unit dengan *system* yang masih *error* sehingga unit belum bisa berfungsi dengan baik. Karena adanya komplain dari konsumen akan membuat konsumen memberi *rating* buruk di beberapa *platform* penjualan dan membuat nama perusahaan tidak baik. Hal tersebut dapat menyebabkan kerugian bagi perusahaan seperti membuat pelanggan baru ragu atau tidak percaya untuk melakukan transaksi pada perusahaan dan bagi pelanggan lama akan berhenti untuk melakukan transaksi seperti *maintenance* rutin yang seharusnya dilakukan pada unit solar *water heater*.

Pada penelitian ini maka perlu dilakukan terlebih dahulu analisis terkait variable yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Sehingga kita dapat mengetahui variabel yang berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan dapat dilakukan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Bollen (2011, “*SEM are sets of equations that encapsulate the relationships among the latent variables, observed variables, and error variables*”. SEM dapat digunakan untuk menjawab berbagai masalah riset (*research question*) dalam suatu set analisis secara sistematis dan komprehensif.

Pada hasil pengolahan SEM kita dapat mengetahui nilai atribut yang penting untuk diperbaiki atau dapat disebut juga sebagai *voice of customer*. Dari hasil pengolahan SEM tersebut berfungsi untuk mengetahui keinginan konsumen yang menjadi bentuk evaluasi perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan solusi yang relevan dengan kebutuhan konsumen. Hal ini dapat diselesaikan dengan metode *Quality Function Deployment* (QFD). Menurut Subagyo dalam Marimin 2004, *Quality Function Deployment* adalah suatu cara untuk meningkatkan kualitas barang atau jasa dengan memahami kebutuhan konsumen, lalu menghubungkannya dengan ketentuan teknis untuk menghasilkan barang atau jasa di tiap tahap pembuatan barang atau jasa yang dihasilkan.

Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan tentu perlu dilakukan pendekatan dengan konsumen. Pendekatan yang dilakukan menghasilkan solusi atau pun pengembangan atas kinerja atau pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul : “ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) DAN QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) DI PT. XYZ”. Pada penelitian ini, penulis menerapkan Metode *Structural Equation Modeling* dan *Quality Function Deployment*.

1.2. Rumusan Masalah

Pada penelitian ini terdapat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana hubungan parameter antar variabel Kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan pelanggan dengan kepuasan

pelanggan.

2. Apa tolak ukur kepuasan pelanggan yang berpengaruh signifikan pada kepercayaan pelanggan dan keputusan pembelian dengan menggunakan Metode *Structural Equation Modeling*.
3. Apa yang diinginkan atau diharapkan konsumen dari perusahaan dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)*

1.3. Tujuan dan Manfaat

1.3.1. Tujuan :

1. Untuk mengetahui hubungan antar variable kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan.
2. Untuk mengetahui keinginan konsumen atas hal yang diberikan perusahaan
3. Mengetahui apa yang harus perusahaan lakukan dalam memperbaiki pelayanan atau evaluasi perusahaan.

1.3.2. Manfaat :

1. Bagi Perusahaan :
 - a. Perusahaan dapat mengetahui karakteristik setiap pelanggan sehingga dapat mengetahui pelayanan seperti apa yang berdampak besar kepada konsumen.
 - b. Perusahaan dapat menentukan strategi penjualan yang tepat.
2. Bagi Mahasiswa :
 - a. Memperluas pengetahuan serta wawasan penulis khususnya mengenai *service quality*.
 - b. Melatih kemampuan penulis dalam mencari solusi permasalahan ada suatu perusahaan.
 - c. Meningkatkan pengaplikasian materi-materi yang telah diterima selama kegiatan perkuliahan.

1.4. Pembatasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan di departemen *operational & project* PT. XYZ

2. Penelitian ini terfokus pada analisis kepuasan pelanggan menggunakan metode SEM
3. Evaluasi kepuasan pelanggan dispesifikasikan dengan menggunakan metode QFD

1.5.Sistematika Penulisan

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini menjabarkan mengenai informasi umum perusahaan tempat dilakukannya pengambilan data secara garis besar. Pada bab ini juga dibahas mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat identifikasi beserta ruang lingkupnya.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai studi pustaka atau literatur yang didapatkan penulis untuk dijadikan landasan dalam memecahkan permasalahan tersebut.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode yang digunakan penulis dalam mengumpulkan data-data yang dibutuhkan untuk menyusun laporan ini.

BAB IV. PENGUMPULAN DATA

Bab ini berisi data yang berhasil dikumpulkan penulis yang selanjutnya diolah dalam pengolahan data menggunakan Metode *Structural Equation Modeling* dan *Structural Equation Modeling*.

BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil dan juga analisis dari pengolahan data yang dilakukan.

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian.