

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang masalah

Dewasa ini persaingan dalam dunia usaha sudah semakin ketat. Perubahan yang begitu cepat dalam hal kemajuan teknologi (produk, jasa maupun proses) serta dalam kehidupan sosial ekonomi masyarakat, mendorong perlu diadakannya suatu langkah antisipasi dan strategi agar perusahaan bisa terus bertahan dalam persaingan. Keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh banyak faktor baik itu faktor internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi jumlah dan kualitas pegawai yang memadai, sarana dan fasilitas yang menunjang, pelayanan yang memuaskan. Faktor eksternal adalah hubungan perusahaan dengan masyarakat, pemerintah, dan perusahaan lainnya. Salah satu faktor internal yang mempengaruhi keberhasilan perusahaan adalah strategi yang bersifat operasional sehingga perlu sekali dikelola dengan baik agar kinerja perusahaan meningkat (Eko Purwanto : 2009).

Parasuraman et al., (1990:19) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Unsur utama dalam kualitas pelayanan yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan buruk atau tidak memuaskan.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk membantu perusahaan merencanakan cara yang efektif untuk mengevaluasi dan memperbaiki kualitas layanan adalah metode QFD (*Quality Function Deployment*). Metode ini digunakan pertama kali di perusahaan *Mitsubishi Kobe*

*Shipyards* di Jepang yang tumbuh dari metode manajemen mutu terpadu . Ermer (1995) memberikan definisi atau pengertian *Quality Function Deployment (QFD)* sebagai sebuah metode perbaikan kualitas layanan yang didasarkan pada pencarian input secara langsung dari konsumen untuk selanjutnya dipikirkan bagaimana cara memenuhi input tersebut.

Metode penyajian *QFD* adalah berupa matrik yang disebut dengan matrik korelasi atau rumah kualitas (*house of quality*). Keuntungan/manfaat utama yang diberikan oleh teknik *QFD* adalah memusatkan rancangan produk/jasa baru pada kebutuhan pelanggan (David dan Stanley, 1997).

Baraya Travel adalah perusahaan yang berdiri pada tahun 2003 yang bergerak dalam bidang jasa angkutan yang mana dalam pengoperasiannya Baraya Travel hanya melayani rute Bandung – Jakarta. Sebagai perusahaan jasa, penting bagi Baraya Travel untuk memenuhi keinginan pelanggannya dengan pelayanan yang berkualitas. Peningkatan kualitas pelayanan adalah salah satu strategi bisnis yang berfokus pada kinerja perusahaan dan kepuasan pelanggan (Jono:2006) sehingga kepuasan pelanggan dikategorikan sebagai tujuan tingkat tinggi dalam sistem pengukuran kinerja perusahaan (Mahmudi: 2005).

Kepuasan pelanggan adalah target yang harus dicapai dalam suatu pengukuran kinerja. Metode *QFD* dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan di Baraya Travel. Dengan demikian penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Baraya Travel di Bandung dengan Metode “*Quality Function Deployment*”.**

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak manajemen Baraya Travel, maka dapat diketahui jumlah penumpang Baraya Travel pada Januari – Juni 2011 sebagai berikut :

**Tabel 1.1 Tabel Data Jumlah Penumpang Baraya Travel Januari – Juni 2011**

<b>BULAN</b>	<b>JUMLAH PENUMPANG</b>
<b>JANUARI</b>	<b>85.432</b>
<b>FEBRUARI</b>	<b>81.579</b>
<b>MARET</b>	<b>80.129</b>
<b>APRIL</b>	<b>78.456</b>
<b>MEI</b>	<b>78.006</b>
<b>JUNI</b>	<b>77.651</b>

Sumber : Baraya Travel

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa terjadi penurunan jumlah penumpang selama 6 bulan. Hal ini dapat saja disebabkan karena kualitas pelayanan yang disediakan oleh Baraya Travel belum dapat memenuhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

- 1) Apa sajakah atribut –atribut jasa yang dapat disediakan oleh Baraya Travel untuk pelanggannya?
- 2) Apa sajakah atribut – atribut jasa yang diharapkan dan diinginkan oleh pelanggan?
- 3) Bagaimana upaya peningkatan kualitas pelayanan di Baraya Travel melalui *QFD*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengidentifikasi atribut – atribut yang dapat disediakan oleh Baraya Travel kepada pelanggannya.
- 2) Untuk mengidentifikasi atribut – atribut yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan Baraya Travel.
- 3) Untuk memberi gambaran mengenai peningkatan kualitas pelayanan di Baraya Travel melalui *QFD*.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

- 1) Bagi penulis, penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai manajemen operasi pada umumnya dan khususnya tentang penerapan metode *QFD* dalam peningkatan kualitas layanan.
- 2) Bagi perusahaan, penelitian ini dapat berguna untuk mengevaluasi kualitas pelayanan yang telah diberikan pada Baraya Travel sehingga perusahaan dapat melakukan upaya untuk meningkatkannya.
- 3) Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan yang lebih luas dan menjadi referensi pembaca mengenai peningkatan kualitas pelayanan dengan metode *QFD*.