

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dari tahun ke tahun jumlah kendaraan sepeda motor yang ada di Indonesia kian bertambah. Khususnya yang tinggal di daerah perkotaan, sepeda motor merupakan alat transportasi yang umum digunakan untuk mendukung berbagai aktivitas dan untuk menghindari kemacetan lalu lintas. Oleh karena itu sepeda motor menjadi pilihan alternatif alat transportasi kendaraan yang cukup tinggi diminati dibandingkan mobil, hal ini dapat dilihat berdasarkan berita terbaru yang dikutip dari *tempo.com* bahwa jumlah kendaraan bermotor di Indonesia sampai Desember 2011 adalah 50.824.128 unit. Dengan 65% nya adalah jenis kendaraan sepeda motor dan 35% adalah mobil.

Meningkatnya kendaraan bermotor yang semakin lama terus bertambah, banyak pengusaha memanfaatkan untuk membuka suatu usaha sebagai peluang bisnis yang cukup menjanjikan. Diantara usaha yang mulai menjamur dikalangan bisnis adalah usaha jasa bengkel kendaraan khususnya kendaraan pada roda dua. Bengkel merupakan salah satu faktor utama bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya akan layanan perbaikan dan perawatan kendaraan yang mereka miliki. Usaha jasa bengkel Mufi Mandiri Motor yang bergerak di bidang usaha kecil menengah adalah

contohnya yang memanfaatkan kesenjangan tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen akan jasa perbaikan dan perawatan kendaraan.

Seperti bengkel lain pada umumnya, Bengkel Mufi Mandiri Motor berusaha semaksimal mungkin menyediakan suku cadang (*spare part*) yang lengkap, tenaga ahli yang berpengalaman, serta peralatan yang mendukung guna memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya, dengan tujuan akhir memberikan kepuasan sesuai yang diharapkan konsumen sehingga konsumen pun memiliki loyalitas terhadap bengkel tersebut. Namun kenyataannya, pelayanan yang baik tidak hanya menyangkut masalah pelayanan yang diberikan teknisi bengkel saja tetapi juga dilihat banyak hal, misalnya kenyamanan ruang tunggu bengkel, jam operasional yang nyaman, harga dan kualitas produk atau spare part serta rasa aman selama memakai jasa pelayanan bengkel.

Pelayanan yang diberikan oleh usaha jasa bengkel Mufi Mandiri Motor dapat mempengaruhi kepuasan sebagian besar pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan bengkel tersebut. Kepuasan konsumen selalu berubah dari waktu ke waktu. Harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa pelayanan tidak akan pernah sama, bisa naik bahkan turun. Setiap konsumen yang telah menggunakan jasa pelayanan bengkel Mufi Mandiri Motor biasanya memiliki *word of mouth* yang dapat berdampak kepada bengkel. Ada sisi baik maupun buruk yang dimiliki *word of mouth* konsumen. Pada saat mereka merasa puas maka konsumen akan setia pada bengkel tersebut serta menceritakan pengalamannya kepada orang lain. Tetapi apabila

pelanggan merasa tidak puas maka mereka akan mengeluhkan ketidakpuasannya tersebut kepada pihak bengkel yang bisa berakibat kehilangan banyak pelanggan dan membuat malapetaka bagi kelangsungan usahanya karena tidak mendorong terciptanya loyalitas konsumen, reputasinya pun dapat menjadi buruk di mata pelanggan, serta volume pendapatan tidak stabil, cenderung menurun dan hal ini berakibat laba yang diperoleh menurun.

Di samping itu, Bengkel Mufi Mandiri Motor juga harus menghadapi kenyataan bahwa banyak pesaing yang menawarkan jasa yang sama dengan kualitas pelayanan mungkin lebih baik di mata konsumennya sehingga bengkel Mufi Mandiri Motor harus memikirkan strategi yang tepat untuk dapat bertahan atau bahkan berhasil memenangkan persaingan tersebut. Salah satu strategi yang perlu diperhatikan bagi bengkel Mufi Mandiri Motor adalah dengan kualitas. Sebab kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk dan jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen (Goetsch & Davis, 2006 : 5). Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan sekaligus dapat memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan bengkel Mufi Mandiri Motor untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan. Untuk itu pihak bengkel Mufi Mandiri Motor harus terus menerus memperbaiki kualitas

layanan yang dimilikinya untuk menjaga konsumennya agar tidak berpindah ke pesaing lain.

Untuk mengetahui kualitas pelayanan sesuai yang diinginkan, diharapkan dan dibutuhkan konsumennya maka bengkel Mufi Mandiri Motor harus melakukan pendekatan dengan konsumen. Salah satu pendekatan yang digunakan untuk memenuhi keinginan dari konsumen tersebut adalah dengan mengumpulkan suara konsumen serta menuangkannya ke dalam suatu perancangan spesifikasi jasa, yakni *Quality Function Deployment (QFD)*. Karena menurut Heizer dan Render dalam bukunya *Operation Management* (2011:191) *Quality Function Deployment* merupakan suatu proses menetapkan keinginan pelanggan (apa yang “diinginkan” pelanggan) dan menerjemahkannya menjadi atribut (“bagaimana”) agar tiap area fungsional dapat memahami dan melaksanakannya. Dengan *Quality Function Deployment (QFD)* perusahaan dapat mengetahui karakteristik teknik kebutuhan pelanggannya dan menerjemahkan ke dalam karakteristik teknik yang dihasilkan oleh perusahaan. *Quality Function Deployment (QFD)* sendiri merupakan salah satu bagian dari sepuluh keputusan strategi dalam manajemen operasi, yaitu perancangan produk atau jasa dan juga kualitas. yang memungkinkan perusahaan untuk mengetahui kebutuhan pelanggan secara menyeluruh dan berusaha memenuhi kebutuhan tersebut secara efektif dalam bentuk barang dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Dalam upaya memperbaiki kualitas layanan kepada konsumen berdasarkan uraian diatas yang menjadi salah satu cara maka peneliti dapat memberikan masukan dalam upaya peningkatan kualitas layanan yang dimiliki Bengkel Mufi Mandiri Motor maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang hal tersebut dengan topic ***“Penerapan Metode Quality Function Deployment Dalam Upaya Memperbaiki Kualitas Pelayanan di Usaha Jasa Bengkel Mufi Mandiri Motor”***

1.2 Identifikasi Masalah

Persaingan antar bengkel semakin lama semakin banyak dalam merebut konsumen. konsumen akan menggunakan berbagai kriteria dalam membeli produk dan menggunakan jasa pelayanan bengkel, yang artinya konsumen akan membeli produk atau jasa pelayanan sesuai dengan kebutuhannya, selera dan daya belinya. Konsumen tentu akan memilih produk yang bermutu lebih baik dengan harga yang lebih murah dan jasa pelayanan bengkel yang memuaskan. Oleh karena itu pihak bengkel harus memahami konsumen, mengetahui karakteristik apa yang dibutuhkannya dan bagaimana mengambil keputusan, sehingga bengkel mampu mengambil strategi yang tepat untuk memberikan kepuasan yang maksimal kepada konsumen. Strategi tersebut dengan memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan oleh bengkel Mufi Mandiri Motor kepada pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat perlu diperhatikan dalam setiap perusahaan, dengan kualitas pelayanan yang baik dari perusahaan tentu dapat menjaga loyalitas konsumen untuk tetap setia menggunakan jasa pelayanan tersebut. Namun untuk dapat mengetahui kualitas pelayanan yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen (*what customer wants* and *what customer needs*) sesuai dengan harapannya merupakan hal yang tidak mudah karena diperlukan suatu alat untuk dapat menangkap dengan teliti keinginan yang dinilai sangat penting bagi konsumen dan menentukan aspek-aspek yang harus menjadi prioritas dalam usaha yang perlu diperbaiki oleh bengkel Mufi Mandiri Motor guna upaya pemenuhan sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen.

Untuk memecahkan masalah tersebut dilakukan dengan pendekatan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD). *Quality Function Deployment* berguna untuk menentukan kebutuhan pelanggan dan menerjemahkan kebutuhan itu ke dalam kebutuhan teknis yang relevan, dimana masing – masing area fungsional dan level organisasi dapat dimengerti dan bertindak.

Tabel dibawah ini menunjukkan jumlah konsumen Bengkel Mufi Mandiri Motor selama bulan januari sampai september 2012 :

Tabel 1.1

**Data Jumlah Pengunjung Bengkel Mufi Mandiri Motor
Bulan Januari – September 2012**

Bulan	Jumlah Pengunjung Bengkel
Januari	666
Februari	691
Maret	693
April	631
Mei	682
Juni	638
Juli	608
Agustus	520
September	622
Total	5751

Sumber : Bengkel Mufi Mandiri Motor

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa jumlah pengunjung Bengkel Mufi Mandiri Motor cukup banyak dan berfluktuatif. Namun hal tersebut tidak menjamin bahwa konsumen akan selalu loyal pada Bengkel Mufi Mandiri Motor. Dalam usaha memenuhi keinginan konsumennya, Bengkel Mufi Mandiri Motor selalu ingin

meningkatkan kualitas pelayanannya. Namun beberapa bulan belakangan ini mengalami adanya penurunan jumlah pengunjung, hal ini diduga karena kompetitor yang bergerak di bidang usaha jasa yang sama. Untuk itu perusahaan perlu melakukan suatu pendekatan dengan konsumen, hal ini dapat dilakukan dengan cara wawancara langsung atau dengan cara penyebaran kuesioner/angket. Dari hasil tersebut, dikumpulkan berupa suara konsumen kemudian dituangkan ke dalam rancangan perbaikan kualitas pelayanan sesuai kebutuhan yang diinginkan konsumen serta kemampuan perusahaan yakni menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD).

Berdasarkan uraian singkat seperti yang telah dikemukakan sebagai latar belakang penelitian, maka permasalahan yang ada dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Apa saja karakteristik kebutuhan konsumen yang dinilai sangat penting bagi pelanggan bengkel Mufi Mandiri Motor ?
2. Perbaikan apa saja yang harus dilakukan oleh bengkel Mufi Mandiri Motor untuk memenuhi keinginan para konsumennya ?

1.3 Maksud dan Tujuan

Sedangkan tujuan yang ingin didapat melalui penelitian adalah :

1. Mengetahui karakteristik kebutuhan konsumen yang dinilai sangat penting oleh pelanggan bengkel Mufi Mandiri Motor
2. Mengetahui perbaikan apa saja yang harus dilakukan oleh Bengkel Mufi Mandiri Motor untuk memenuhi keinginan para konsumennya.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini sangat penting dirasakan oleh berbagai pihak yang bersangkutan dengan usaha jasa tersebut. Dengan hasil yang dilihat akan meningkatkan pelayanan yang ada sehingga data - data yang diperoleh dapat memberikan manfaat untuk pihak perusahaan, penulis, dan pihak-pihak yang terkait.

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi masukan untuk perusahaan jasa khususnya usaha jasa Bengkel Mufi Mandiri Motor tentang pentingnya mempertahankan pelayanan jasa yang diberikan untuk para konsumennya. Citra yang terbentuk dari kualitas jasa yang baik akan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap jasa yang dirasakan konsumen sehingga dengan banyaknya konsumen yang mempunyai loyalitas tinggi, usaha jasa Bengkel Mufi Mandiri Motor akan mampu dan bertahan di dalam persaingan yang ada serta tetap dipilih oleh konsumen sebagai usaha jasa

bengkel yang dapat dipercaya dan mempunyai kualitas pelayanan yang baik.

2. Bagi Penulis

Dapat mengembangkan wawasan dan kemampuan penulis dalam melihat masalah yang terkait mengenai pemahaman karakteristik kebutuhan konsumen terhadap mutu layanan yang diberikan dalam usaha jasa.

3. Bagi Pihak - pihak lain

Penelitian ini dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi pihak-pihak lain terutama yang berkepentingan dengan pengaruh kualitas pelayanan dalam melakukan usaha jasa.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang masalah penelitian, menguraikan apa saja identifikasi dan pembatasan masalah yang akan dibahas juga untuk menjelaskan maksud dan tujuan dilakukannya penelitian tersebut serta kegunaan penelitian bagi pihak terkait.

BAB II Tinjauan Pustaka

Menguraikan tentang teori - teori yang relevan, kerangka pemikiran dan metode yang digunakan sebagai landasan teori dalam penelitian untuk memecahkan permasalahan yang dibahas dalam tugas akhir ini.

BAB III Metodologi dan Objek Penelitian

Menjelaskan gambaran singkat tentang profile perusahaan yang diteliti serta membahas langkah – langkah yang ditempuh agar penelitian berjalan dengan baik dan diperoleh hasil yang sesuai dengan harapan serta metode - metode pengumpulan data yang dilakukan di dalam penelitian.

BAB IV Pembahasan

Dalam bab ini, membahas mengenai data yang dikumpulkan hasil pengolahan data dan analisis yang berguna untuk memecahkan masalah-masalah yang terdapat dalam identifikasi masalah.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Di akhir bab, berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan pembahasan. Dari hasil kesimpulan maka dapat diberikan saran yang berguna untuk perusahaan tersebut.