

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada zaman globalisasi sekarang ini, bidang usaha jasa merupakan salah satu bidang usaha yang memegang peranan penting dalam perekonomian, yaitu untuk memenuhi berbagai kebutuhan, keinginan dan harapan manusia yang terus menerus meningkat. Hal ini dapat dilihat dari adanya bidang usaha jasa yang berkembang secara pesat dengan ditandai banyaknya hotel, kafe, restaurant, dan sarana jasa lainnya yang bermunculan. Dengan semakin tingginya persaingan, maka setiap bidang usaha jasa dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumennya.

Bidang usaha jasa yang dirasakan saat ini paling banyak berkembang pesat yaitu hotel. Pertumbuhan hotel dapat dikatakan luar biasa. Semenjak dibukanya jalan tol *Cipularang* (Cikampek-Purwakarta-Padalarang) semakin banyak wisatawan yang menggunakan jasa arus lalu lintas ini untuk berlibur terutama wisatawan domestik, khususnya masyarakat Jakarta dan sekitarnya. Daya tarik Bandung menjadi salah satu alternatif bagi kebanyakan orang untuk menghabiskan liburannya, karena Bandung dikenal dengan banyak *Factory Outlet* yang menjual pakaian jadi dengan harga yang relatif murah, juga banyaknya penjual makanan yang unik dan terkenal. Daya tarik inilah yang dapat menjadikan kota Bandung sebagai kota wisata. Hal ini memberikan dampak yang baik bagi perkembangan hotel di Bandung, karena hotel merupakan salah satu dari beberapa hal yang perlu dipertimbangkan untuk bepergian

ke kota lain yang dikunjungi. Dengan semakin maraknya wisatawan yang bermunculan, maka persaingan antar hotel di Bandung pun semakin terasa kuat.

Pada situasi yang sulit seperti ini, seluruh hotel menghadapi tantangan untuk tetap dapat eksis agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Selain itu perubahan lingkungan akan selalu terjadi dan akan sangat berpengaruh pada perubahan perilaku konsumen yang cenderung berubah dengan cepat. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk lebih peka terhadap perubahan yang terjadi di sekeliling mereka. Hal ini membuat manajemen hotel harus dapat memberikan kepuasan maksimal bagi konsumennya.

Hotel umumnya adalah suatu tempat dimana konsumen memperoleh jasa yang diberikan oleh perusahaan berupa pelayanan (*service*) yang berkualitas baik yang sesuai dengan kebutuhan dan kepuasan konsumen agar konsumen dapat merasakan kenyamanannya untuk beristirahat.

Untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen, perusahaan harus dapat mengukur dan menilai seberapa besar kualitas atas suatu produk atau jasa yang ditawarkannya. Konsumen akan mengatakan suatu produk atau jasa berkualitas baik apabila telah berhasil memenuhi atau bahkan melebihi harapannya, yaitu dapat memuaskan keinginannya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode rumah kualitas (*House of Quality*) sehingga peneliti dapat mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Metode *House of Quality* (HQ) merupakan salah satu alat dari *Quality Function Deployment* (QFD) yang berfungsi untuk menerjemahkan apa yang dibutuhkan konsumen menjadi apa yang dihasilkan oleh perusahaan. QFD sendiri merupakan salah satu teknik dari *Total Quality*

Management (TQM), yang memungkinkan perusahaan untuk mengetahui kebutuhan konsumen secara menyeluruh dan berusaha memenuhi kebutuhan tersebut secara efektif dalam bentuk barang dan pelayanan yang diberikan kepada konsumennya. QFD juga berfungsi untuk membandingkan antara suatu perusahaan dengan pesaingnya menurut pandangan konsumen maupun menurut perusahaan itu sendiri, sehingga perusahaan dapat mengetahui kelebihan dan kekurangannya jika dibandingkan dengan pesaingnya.

Hotel New Sany Rosa merupakan salah satu hotel bintang dua yang berada di kota Bandung bagian Utara. Selama ini Hotel New Sany Rosa telah mendapatkan respon yang cukup baik dari masyarakat kota Bandung walaupun sebagai pendatang baru dibandingkan hotel-hotel lain yang telah memiliki pengalaman lebih banyak. Namun untuk dapat lebih memuaskan konsumennya, Hotel New Sany Rosa berusaha mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumennya. Melalui penelitian ini, penulis mencoba untuk menggunakan metode QFD (HQ), untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan kinerja Hotel New Sany Rosa. Dengan HQ juga dapat dilihat bagaimana posisi Hotel New Sany Rosa jika dibandingkan dengan pesaingnya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis melakukan penelitian dan menyusun skripsi dengan judul “Penggunaan *Quality Function Deployment* Untuk Meningkatkan Daya Saing Hotel New Sany Rosa, Bandung.”

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan adanya beberapa pertimbangan pada latar belakang yang melandasi keinginan untuk melakukan penelitian dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, dimana hal ini dapat dilihat dengan banyaknya jumlah hotel bintang dua di

Bandung sekitar empat hotel, maka perusahaan harus mempunyai kemampuan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, dan kemudian berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut.

Hotel New Sany Rosa merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri perhotelan (bidang pariwisata). Untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya, maka pihak hotel harus memperhatikan pelayanannya, produk dan kualitas makanannya, serta ia juga harus memperhatikan fasilitas yang diberikan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Karakteristik kebutuhan konsumen yang dinilai penting oleh konsumen Hotel New Sany Rosa?
2. Bagaimana menterjemahkan karakteristik kebutuhan konsumen Hotel New Sany Rosa ke dalam karakteristik teknis?
3. Bagaimana posisi Hotel New Sany Rosa terhadap karakteristik kebutuhan konsumen dan karakteristik teknis yang ditawarkan oleh Hotel New Sany Rosa terhadap pesaingnya?
4. Bagaimana kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan oleh Hotel New Sany Rosa untuk memuaskan konsumennya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui karakteristik kebutuhan konsumen apa saja yang dinilai penting oleh konsumen Hotel New Sany Rosa.

2. Untuk mengetahui bagaimana menterjemahkan karakteristik kebutuhan konsumen Hotel New Sany Rosa ke dalam karakteristik teknis melalui penggunaan rumah kualitas (*House of Quality*).
3. Untuk mengetahui posisi Hotel New Sany Rosa dilihat dari karakteristik kebutuhan konsumen dan karakteristik teknis yang dimilikinya terhadap pesaingnya.
4. Untuk mengetahui hal-hal apa saja yang perlu ditingkatkan oleh Hotel New Sany Rosa dalam rangka memuaskan konsumennya.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

1. Penulis

- Untuk menambah wawasan ilmu dan pengetahuan yang telah diperoleh selama di bangku perkuliahan dengan dunia praktika di perusahaan sehari-hari
- Untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar sarjana ekonomi jurusan Manajemen.

2. Hotel New Sany Rosa

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan yang berharga, agar di masa yang akan datang dapat terus meningkatkan kualitas serta pelayanannya kepada konsumen.

3. Fakultas

Guna melengkapi literatur di perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha sehingga dapat menjadi sumber bacaan yang bermanfaat bagi mahasiswa yang akan menyusun skripsi.

4. Pihak lain

- Sebagai bahan penambah pengetahuan bagi pihak lain dalam mengenal kualitas pelayanan hotel
- Menjadi bahan perbandingan dengan ilmu pengetahuan lain yang berkaitan dengan kualitas pelayanan
- Memberikan masukan dan tambahan informasi dalam melakukan penelitian lebih jauh mengenai masalah yang sama.

1.5 Kerangka Pemikiran

Dalam dunia bisnis sekarang ini, tingkat persaingan dalam bidang pariwisata (khususnya hotel) perlu diperhatikan, karena dengan bertambahnya jumlah wisatawan yang berlibur, maka perusahaan yang bergerak pada bidang tersebut dituntut untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya. Untuk itu, perusahaan harus mampu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya, baik dari segi pelayanan maupun kualitas yang diberikan dengan menerapkan manajemen operasi.

Adapun yang dimaksud dengan manajemen operasi:

“ Operations Management (OM) is defined as the design, operation, and improvement of the production system that create the firm’s primary products or service. “ (Richard B Chase, Nicholas J Aquilano, F Robert Jacoba, 2001; 6)

Artinya, Manajemen Operasi didefinisikan sebagai desain, operasi, dan perbaikan sistem produksi yang menciptakan produk atau jasa utama perusahaan.

Hotel merupakan salah satu bidang usaha yang bergerak dalam bidang jasa karena tidak terlepas dari karakteristik pelayanan yang diberikan, tetapi sebuah hotel tidak hanya memperhatikan dari segi pelayanannya saja, tetapi ia juga harus memperhatikan fasilitas yang mencukupi serta kualitas yang baik dimana dapat diukur melalui penampilan penyajian *breakfast* (makanan dan minuman) yang baik, kebersihan hotel, fasilitas lain yang mendukung, dan juga variasi pelayanan yang diberikan kepada konsumen agar konsumen dapat merasa puas.

Adapun yang dimaksud dengan kualitas jasa:

“ Service quality is function of customer perception. In other words, service quality is what the customer perceives it to be relations to his or her need.”
(Flora Han, Debbie Long, 1996; 73)

Artinya, kualitas jasa adalah suatu fungsi dari persepsi pelanggan. Dengan kata lain, kualitas jasa adalah apa yang dirasakan oleh pelanggan yang berhubungan dengan kebutuhannya.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang penting karena pelayanan yang diberikan merupakan sesuatu yang dapat langsung dirasakan sebelum ia menikmati jasa yang akan diterima. Dengan demikian, kualitas pelayanan dalam hotel sangatlah penting guna menghasilkan pelayanan yang memuaskan bagi konsumennya.

Adapun lima faktor utama yang menentukan kualitas sebuah jasa menurut Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner, dan Dwayne D. Gremler (Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner, dan Dwayne D. Gremler, 2006; 117), yaitu:

1. *Reliability* : kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan sesuai permintaan.
2. *Responsiveness* : keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat.
3. *Assurance* : pengetahuan dan sikap simpatik dari karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan rasa percaya dan keyakinan dari pelanggan.
4. *Empathy* : perhatian secara individual yang diberikan kepada pelanggan.
5. *Tangibles* : penampilan fasilitas secara fisik, perlengkapan, peralatan, karyawan, dan materi lainnya.

Salah satu cara untuk meningkatkan kualitas jasa, perusahaan perlu menerapkan suatu sistem manajemen yang disebut *Total Quality Management* (TQM). TQM merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan operasi perusahaan yang memiliki orientasi untuk memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan secara terus-menerus atas barang yang dihasilkan. Salah satu alat bantu dalam konsep TQM adalah *Quality Function Deployment* (QFD).

Adapun yang dimaksud *Quality Function Deployment*:

“Quality Function Deployment is a process for determining customer requirements (customer “wants”) and translating them into the attributes (the “hows”) that each functional area can understand and act upon.”
(Heizer and Render, 1999; 139)

Artinya, QFD merupakan suatu proses dalam menentukan kebutuhan konsumen dan menterjemahkan ke dalam atribut-atribut yang dapat dimengerti dan ditindaklanjuti.

Dengan metode QFD perusahaan dapat mengetahui karakteristik kebutuhan konsumennya dan menterjemahkannya ke dalam karakteristik yang dihasilkan oleh perusahaan. Dengan QFD juga perusahaan dapat membandingkan keunggulan dan

kelemahan kinerjanya dengan pesaingnya. Salah satu alat dalam QFD yang akan digunakan adalah *House of Quality*.

Adapun yang dimaksud *House of Quality*:

“House of Quality is a part of the quality function deployment process that utilizes a planning matrix to relate customer “wants” to “how” the firm is going to meet those “wants”.” (Heizer and Render, 1999; 139)

Artinya, *House of Quality* adalah suatu bagian dari proses *Quality Function Deployment* yang menggunakan matrix perencanaan untuk menentukan hubungan kebutuhan konsumen dengan produk yang dihasilkan, sehingga perusahaan dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan karakteristik yang diinginkan oleh konsumen.

1.6 Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan metode *survey* yang termasuk dalam jenis penelitian deskriptif yang merupakan suatu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui karakteristik kelompok dalam situasi tertentu, berpikir sistematis tentang aspek-aspek dalam situasi tertentu, memberikan ide untuk riset lebih lanjut, dan membantu mengambil keputusan sederhana.

Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

- ◆ Observasi

Yaitu cara mengumpulkan data dengan mengamati secara langsung kejadian-kejadian yang terjadi di dalam perusahaan tersebut.

◆ Wawancara

Yaitu cara mengumpulkan data dengan melakukan tatap muka dan tanya jawab dengan orang yang dapat memberikan informasi bagi peneliti.

◆ Kuesioner

Penulis menyebarkan kuesioner pendahuluan kepada konsumen di hotel tersebut secara acak. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengetahui Hotel New Sany Rosa.

Untuk menghitung jumlah sampel yang dapat mewakili populasi, terlebih dahulu perlu dihitung jumlah sampel minimum yang harus diambil dengan menggunakan rumus sebagai berikut: (Aaker, 1995; 403)

Rumus :

$$n = \frac{Z^2 \cdot \pi(1 - \pi)}{d^2}$$

Dimana:

n = ukuran sampel minimum

Z = nilai dari tabel distribusi normal berdasarkan α

π = proporsi populasi yang bernilai 0,5 saat variabel populasi memiliki nilai maksimum

$1 - \pi$ = kekeliruan baku

d = daya pembeda antara proporsi dan sampel (d = 0,1)

dengan menggunakan asumsi *confidence level* (tingkat kepercayaan) sebesar 95%, α sebesar 5%, dan d sebesar 10%, maka didapat jumlah sampel minimum yang harus diambil adalah:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{(0,1)^2} = 96,04 \approx 97 \text{ orang}$$

Jadi sampel yang dapat mewakili populasi adalah minimum berjumlah 97 orang. Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil adalah 100 responden.

◆ Studi Kepustakaan

Penulis memperoleh data dengan cara mempelajari buku-buku literatur yang berkaitan dengan masalah yang dihadapi sehingga dapat dijadikan sebagai landasan teori dalam menyelesaikan masalah

1.7 Lokasi dan Lamanya Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Hotel New Sany Rosa, yang berlokasi di Jl. Hegarmanah No. 2a, Bandung. Adapun lamanya penelitian yang dilakukan adalah selama 2 (dua) bulan, yaitu dari bulan Oktober sampai November 2005.

1.8 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Merupakan pengantar dalam penelitian ini yang menyuguhkan tentang pentingnya kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen di Hotel New Sany Rosa.

Bab II Landasan Teori

Berisi tentang teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah yang diteliti penulis dan digunakan untuk memecahkan dan menganalisis masalah.

Bab III Obyek Penelitian

Bab ini berisi tentang gambaran umum perusahaan yang meliputi sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, dan uraian tugas serta data lain yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

Bab IV Pembahasan

Mengemukakan data yang diperoleh, pengolahan data dan analisis pemecahan masalah.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Merupakan kesimpulan dari semua rangkaian yang telah dilakukan penulis dalam melakukan penelitian dan juga saran yang dapat penulis berikan kepada perusahaan yang diharapkan dapat membentuk pemecahan masalah dalam perusahaan.