

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pasar global dan persaingan usaha yang semakin kompetitif membawa dampak yang besar dalam hubungan antara perusahaan dengan konsumen. Sebagai (*customer satisfaction*) akibatnya tuntutan konsumen kini menjadi semakin besar, sehingga konsumen akan memilih produk atau jasa yang dapat memberikan nilai kepuasan konsumen yang paling tinggi. Peningkatan daya saing dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas produk dan jasa. Dengan menciptakan kualitas layanan tentunya akan menghasilkan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat di antaranya loyalitas pelanggan dengan penyedia barang ataupun jasa.

Di suatu perusahaan yang sudah mempunyai system management mutu (ISO 9001) hal diatas harus bisa di ukur dengan cara melalui *survey* terhadap pelanggan, untuk mengukur sejauh mana produk dan jasa yang kita jual sudah memenuhi standar kepuasan pelanggan. Banyak perusahaan yang hanya mementingkan jumlah produksinya saja tanpa memperhatikan *Quality, Cost, Delivery dan Service (Customer Saticfaction)*, sehingga banyak pelanggan yang mengalihkan order ke pesaing-pesaingnya.

Bisnis manufaktur dan otomotif di Indonesia saat ini semakin berkembang khususnya di beberapa kota besar di Indonesia. Jumlah penduduk Indonesia yang semakin besar menjadikan daya tarik bagi konsumen lokal untuk berekspansi, maupun bagi konsumen asing untuk masuk ke Indonesia dan bekerja sama.

Dari bisnis manufaktur dan otomotif PT. Dinar Makmur merupakan perusahaan yang telah lama berkecimpung dalam produksi *EPS (Expanded Polystyrene)* dan *EPP (Expanded Polypropylene)*. Dinar Makmur merupakan manufaktur yang berfokus pada suku cadang otomotif, kemasan elektronik, pasar ritel, serta produk-material konstruksi seperti *Geofoam Class, Raised Floor*.

Pada tahun 2023, departemen Marketing PT DMK telah melakukan survey kepuasan pelanggan pada 10 perusahaan yang menjadi pelanggan terbesar PT DMK. Dari hasil *survey* tersebut, 3 dari 10 perusahaan masih memberikan penilaian

yang kurang puas terhadap kinerja PT DMK. Adapun data hasil survey kepuasan pelanggan secara detail ditampilkan pada grafik dalam Gambar 1.1 di bawah ini.

Tabel 1.1 Laporan Evaluasi Kepuasan pelanggan

 LAPORAN EVALUASI KEPUASAN PELANGGAN										
Tanggal : 20 Januari 2023										
NO	NAMA PELANGGAN	HASIL EVALUASI					TOTAL	RATA-RATA SCORE	TARGET RATA-RATA	TINGKAT KEPUASAN
		I	II	III	IV	V				
1	PHC INDONESIA , PT	0,1	0,3	1,5	0,4	0,2	2,5	0,5	0,1	sangat baik
2	GS BATTERY , PT	0,0	0,6	0,4	0,2	0,0	1,2	0,2	0,1	sangat baik
3	SHARP ELECTRONICS INDONESIA , PT	0,0	0,6	0,8	-0,5	0,0	0,9	0,2	0,1	sangat baik
4	CENTURY BATTERIES INDONESIA , PT	0,7	-0,2	0,2	0,4	-0,3	0,8	0,2	0,1	sangat baik
5	HAIER ELECTRICAL APPLIANCES INDONESIA , PT	0,0	0,3	0,0	-0,4	-0,3	-0,4	-0,1	0,1	Baik
6	TMMIN, PT	-0,1	-0,9	0,0	-0,2	-0,2	-1,4	-0,3	0,1	Cukup
7	FUJI SEAT INDONESIA , PT	-0,5	-0,4	-0,3	0,0	-0,2	-1,4	-0,3	0,1	Cukup
8	MAH SING INDONESIA , PT	0,5	1,0	0,6	0,8	0,5	3,4	0,7	0,1	sangat baik
9	MITSUBISHI MOTOR KRAMAYUDHA INDONESIA , PT	0,5	1,0	0,6	0,8	0,5	3,4	0,7	0,1	sangat baik
10	ASTRA DAIHATSU MOTOR, PT	0,0	0,5	0,9	0,8	0,4	2,6	0,5	0,1	sangat baik
Standard score:										
a.	$\bar{X} > -0,5$	: Sangat Baik								
b.	$-1,0 < \bar{X} < -0,5$	: Baik								
c.	$-1,5 < \bar{X} < -1$	: Cukup								
d.	$-2,0 < \bar{X} < -1,5$	: Buruk								
e.	$\bar{X} < -2$	: Sangat Buruk								

Tabel di atas merupakan hasil laporan kepuasan pelanggan PT DMK pada tahun 2023 , data diatas ada 10 perusahaan yang memberikan evaluasi dengan

Tingkat kepuasan berbeda-beda. Contoh: PT TMMIN memberikan hasil dengan tingkat kepuasan CUKUP dengan total score -1,4 dan score ini masuk kedalam *Standard Score* :yaitu ($-1,5 < \bar{X} < -1$) artinya jika $\bar{X}$ (total score) lebih kecil dari -1 dan lebih besar dari -1,5 dan total score -1,4 ada di antara *Standard Score* tersebut.

PT PHC INDONESIA mendapatkan TOTAL : 2,5 dengan tingkat kepuasan SANGAT BAIK, karena masuk dalam *Standard Score* yaitu ($\bar{X} > -0,5$).

Dan secara rata - rata dari survey yang dilakukan terhadap pelanggan DMK sebanyak 10 perusahaan besarnya mendapatkan tingkat kepuasan sbb:

1. SANGAT BAIK : 7 Perusahaan

2. BAIK : 1 Perusahaan
3. CUKUP : 2 Perusahaan

FORMULIR CUSTOMER SATISFACTION SURVEY
(Produk EPS, ABF, dan EPP)

Tanggal : 05 Januari 2023
Customer : TMMIN
Alamat Customer : Jalan Tep. HED, DTE KE
Contact person : DZ, Anisa Fitri, Sukarta, No. 34

Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pilihan anda

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

Pemberian Pembobotan oleh customer:
a. Tangibles : 10 %
b. Reliability : 30 %
c. Responsive : 50 %
d. Assurance : 10 %
e. Empathy : 10 %

PERTANYAAN HARAPAN

Description Statement	Kategori Pilihan				
	1	2	3	4	5
A. Kategori Tangibles					
1. Produk yang sudah di produksi memiliki tampilan yang bersih dan rapih				☒	
2. Peralatan yang digunakan untuk memproduksi produk sudah memenuhi syarat pembuatan produk				☒	
3. Lingkungan kerja tempat produk diproduksi sudah menghiut kaidah 5S dengan baik				☒	
B. Kategori Reliability					
4. Penyerahan produk yang di order sesuai dengan jadwal dari pelanggan				☒	
5. Tidak terdapat kesalahan pengiriman dalam pengiriman produk yang di order → (G. Sup. Misal: barang di rusak, terlambat)		☒			
6. Produk yang dikirim sesuai dengan surat jalan dan mempunyai identitas yang jelas di atas label				☒	
7. Harga yang ditawarkan oleh Marketing PT.DM sudah sesuai dengan Nilai dan Kualitas barang yang ditawarkan.				☒	
C. Kategori Responsive					
8. Dalam proses pemesanan produk dari customer staf PT. DM cepat dan tanggap dalam memahami keinginan pelanggan				☒	
9. Masalah yang berkaitan dengan order pembelian dari customer dapat dijawab dengan cepat dan tepat oleh staf PT. DM				☒	
10. Masalah yang berkaitan dengan complain dari customer dapat dijawab/ditangani dengan memuaskan dan tidak terjadi masalah berulang oleh PT. DM				☒	
D. Kategori Assurance					
11. Staf Marketing PT. DM mengerti tentang produk dan Know How material				☒	
12. Staf Marketing PT. DM mengerti alur proses pembuatan produk yang di order oleh customer				☒	
13. PT. DM dapat menjaga kerahasiaan spesifikasi produk yang diproduksi				☒	
14. Sebelum dikirim, produk yang di order oleh customer diperiksa secara visual & tidak ada barang NG yang terkin				☒	
E. Kategori Empathy					
15. Staf Marketing PT. DM melakukan visit & Komunikasi secara rutin dalam proses pemesanan produk dari customer				☒	
16. PT. DM mengerti apa yang diharapkan pelanggan				☒	

MKT-FM-002-03
Tanggal Efektif : 07.07.2014

PT TOYOTA MOTOR MANUFACTURING INDONESIA
JAKARTA, INDONESIA

Approved Customer
[Signature]

PENILAIAN CUSTOMER SATISFACTION
(Produk EPS, EPP, ABF)
Rev : 01

Tanggal : 18 Januari 2023
Customer : TOYOTA MOTOR MANUFACTURING INDONESIA, PT

STATEMENT	Expectation Scores	Perception Scores	Gap Score	Weight Score	Gap x Weight	Judgment
Tangible						
Setuju	4	4	0			
Setuju	4	4	0			
Netral	4	3	-1	10%	-0.1	Kurang
Reliability						
Setuju	4	4	0			
Tidak Setuju	4	2	-2	30%	-0.6	Kurang
Netral	3	3	0			
Responsive						
Setuju	4	4	0			
Setuju	4	4	0	30%	0.0	Cukup
Assurance						
Setuju	4	4	0			
Setuju	4	4	0			
Netral	4	3	-1	10%	-0.2	Kurang
Empathy						
Setuju	4	4	0			
Netral	4	3	-1	20%	-0.2	Kurang

Standard Judgement :
a. > 0 : Baik
b. 0 : Cukup
c. < 0 : Kurang

MKT-FM-003-01
Tanggal Efektif : 19.01.2023

DIBUAT : [Signature]
Anisa Fitri
Adm. Marketing

DISETUIJ : [Signature]
Sukarta
Manager Marketing

Gambar 1.1 Hasil Survey PT. TMMIN

Dari hasil survei PT. TMMIN secara spesifik ada kategori yang menyebabkan penilaian *customer* kurang dari standar yaitu pada kategori:

REALIBILITY :

Dari hasil survei keterangan pada nomer 5 pada tabel di atas PT. Dinar Makmur terdapat kesalahan yaitu dalam case ini PT. Dinar Makmur terdapat kesalahan *delivery* (*Mis Part*) ke PT. TMMIN sehingga menyebabkan:

1. Kerugian *delivery* dimana harus mengirim 2x
2. Kepercayaan *customer* berkurang karena keterlambatan kedatangan barang.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang dan kecewa yang muncul karena membandingkan kinerja yang dirasakan dari produk atau hasil dengan harapan mereka. Perusahaan akan berhasil mendapatkan konsumen dalam jumlah besar jika dinilai mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, termasuk hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi baik, serta meningkatkan loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang dapat dilihat dari tindakan konsumen dalam

bermalam, bahkan mampu membuat rekomendasi dari mulut ke mulut yang bermanfaat bagi perusahaan. (Kotler dan Keller, 2022)

Dari penelitian terdahulu tentang kepuasan pelanggan seperti yang telah dilakukan (W.T. Bhirawa, 2021)) dengan penerapan metode *Quality Function Deployment* untuk meningkatkan kualitas jasa pelayanan ini adalah dengan memfokuskan pada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Dan didapati 15 atribut sebagai voice of customer dari representasi *QFD* yaitu *House of Quality*. Setelah itu dilakukan Langkah-langkah penyusunan rumah kualitas dan diakhiri dengan tahap analisis dan pembahasan dari hasil olah data sebelumnya.

Sedangkan penelitian yang telah dilakukan oleh Irzi Dzazuly (2022) Tindakan yang sesuai untuk memperbaiki kualitas pelayanan guna meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan kebutuhan teknik, seperti untuk meminimalisir keterlambatan pada pengiriman produk, meningkatkan kualitas pelayanan pada bagian desain, serta perbaikan pada sarana dan prasarana dapat melakukan usaha - usaha: Merubah pemetaan strategi organisasi pada kinerja perusahaan terutama pada bagian pengemasan, Menambahkan jumlah stock bahan untuk memenuhi jumlah order, Memberikan pelatihan dan pengembangan terhadap SOP yang ada., Memperbaiki dan merawat alat – alat yang ada di perusahaan.

Salah satu langkah yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas terutama dalam hal pelayanan adalah dengan menerapkan metode *Quality Function Deployment (QFD)*. *QFD* adalah suatu metodologi untuk menterjemahkan kebutuhan dan keinginan konsumen ke dalam rancangan perbaikan pelayanan yang memiliki karakteristik pelayanan tertentu. Oleh karena itu *QFD* merupakan suatu metode yang sistematis yang dipilih oleh penulis sebagai metode dalam penelitian ini.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Tingkat kepuasan konsumen PT. Dinar Makmur
2. Apa saja dimensi pelayanan pada PT. Dinar Makmur yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki guna meningkatkan kualitas pelayanan
3. Bagaimana upaya perbaikan kualitas pelayanan yang dapat memberikan kepuasan pelanggan menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)* ?

1.3. Tujuan Penelitian

Dengan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Tingkat kepuasan konsumen pada pelayanan yang diberikan oleh PT. DINAR MAKMUR
2. Untuk mengetahui dimensi pelayanan pada PT. DINAR MAKMUR yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki guna meningkatkan kualitas pelayanan
3. Untuk menentukan upaya perbaikan pada kualitas pelayanan yang dapat memberikan kepuasan konsumen PT. DINAR MAKMUR

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Mampu menerapkan ilmu yang telah didapat selama kuliah dengan kondisi lapangan dan mendapatkan suatu tempat praktek untuk menerapkan dibisnis pribadi, dalam menganalisis kualitas pelayanan dengan *Service Quality, Importance Analysis, Quality Function Deployment*.
2. Bagi Perusahaan

Digunakan sebagai usulan masukan dan sebagai sumber informasi bagi PT. DINAR MAKMUR untuk memberikan masukan dalam menganalisis kualitas pelayanan dengan *Service Quality, Importance Analysis, Quality Function Deployment* sehingga dapat mengevaluasi kinerja secara lebih baik.
3. Bagi Peneliti Lain

Sebagai referensi lain pada penelitian berikutnya, khususnya untuk penyelesaian kasus yang berkaitan dalam menganalisis kualitas pelayanan dengan *Service Quality*, *Importance Analysis*, *Quality Function Deployment*

1.5. Batasan Masalah

Peneliti ini perlu adanya Batasan-batasan yang dilakukan supaya peneliti ini dapat lebih fokus dan terarah sehingga permasalahan tidak meluas. Adapun batasan masalahnya yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan di PT. DINAR MAKMUR Jl. Pinayungan Raya No 89 Dsn Sukajaya RT 011 RW 006, Desa/Kelurahan Pinayungan, Kec. Telukjambe Timur, Kab. Karawang, Provinsi Jawa Barat.
2. *Service Quality*, *Importance Analysis*, *Quality Function Deployment* digunakan sebagai alternatif solusi dalam penyelesaian masalah.
3. Data yang diambil adalah data internal dan eksternal dari PT. DINAR MAKMUR.

