

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi dan akan berlakunya perdagangan bebas, sektor industri Indonesia baik jasa maupun manufaktur tidak lepas dari keadaan tersebut. Industri di Indonesia harus merubah sikap dan membenahi diri agar siap dalam menghadapi persaingan global, demi pertumbuhan di masa depan perusahaan dan diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi negara. Untuk menghadapi tantangan ini, banyak perusahaan yang berfokus mencari keunggulan produk yang sanggup membuat mereka bertahan. Hal ini dikarenakan kelangsungan hidup perusahaan sangat bergantung pada kemampuannya mengidentifikasi kebutuhan-kebutuhan yang baru dari konsumen dan mengembangkan produk baru.

Langkah yang harus dilakukan dalam pengembangan produk baru maupun pengembangan produk yang sudah ada, bukan hanya menemukan dan mengukur keinginan serta kebutuhan konsumen. Namun lebih dari itu, perusahaan harus dapat mengidentifikasi kebutuhan-kebutuhan dan nilai-nilai yang diinginkan konsumen, kemudian menerjemahkannya ke dalam bahasa perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat memfokuskan dirinya dalam menemukan apa yang kurang dari produk terdahulu dan mencoba memahami apa yang sebenarnya diinginkan konsumen agar konsumen merasa puas dibandingkan dengan produk pesaing.

Salah satu industri yang cukup pesat perkembangannya adalah industri jasa pelayanan pengiriman paket. Industri pengiriman paket memiliki prospek yang sangat baik secara ekonomi mengingat jumlah penduduk dan karakteristik geografisnya. Dengan banyaknya jasa pengiriman dapat memberikan dampak yang positif bagi konsumen, yaitu konsumen memiliki banyak kesempatan untuk memilih sesuai dengan keinginan dan kemampuannya.

Oleh karena itu, PT Pos Indonesia sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan pengiriman paket, harus dapat memberikan pelayanan yang berkualitas, yang dapat memberikan dan meningkatkan kepuasan kepada konsumennya. Sehingga perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan lain dan senantiasa menciptakan kepuasan pelanggannya (*Customer Satisfaction*).

Kepuasan pelanggan akan terjadi apabila pelanggan mendapatkan pelayanan sesuai dengan keinginannya ataupun melebihinya. Salah satu metode yang digunakan untuk menerjemahkan keinginan konsumen ke dalam desain produk adalah *Quality Function Deployment (QFD)*. Dalam prosedur *QFD*, perusahaan dituntut untuk memahami keinginan konsumen dan mendapatkan cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Dengan kata lain, metodologi *QFD* menyediakan cara untuk menerjemahkan permintaan konsumen ke dalam bentuk yang mungkin dikerjakan, dapat diukur, dan memungkinkan untuk perbaikan desain. Namun pada *QFD* hubungan antara kebutuhan konsumen dengan karakteristik teknis diukur dengan bahasa linguistik yang penuh ketidakpastian atau samar-samar. Untuk mengatasi ketidakpastian yang terjadi pada *QFD*, maka digunakan *Fuzzy QFD*. Dengan penggunaan *Fuzzy QFD* ini, maka dapat membantu mengatasi masalah ketidakpastian atau kesamaran tersebut menjadi suatu kerangka matematika yang pasti dan tepat.

I.2 Rumusan Masalah

Dengan semakin banyaknya jasa pelayanan pengiriman paket menyebabkan persaingan yang ada menjadi semakin ketat. PT Pos Indonesia harus segera menanggapi sedini mungkin dengan berusaha untuk dapat mempertahankan, ataupun meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap mutu pelayanan yang diberikan, sehingga mampu bersaing dan loyalitas pelanggan dapat dipertahankan. Untuk itu diperlukan identifikasi terhadap kepuasan pelanggan dan identifikasi karakteristik pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan pemakai jasa pengiriman paket.

Dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)* yang merupakan metode untuk mengembangkan kualitas pelayanan dengan melibatkan suara konsumen (*voice of customer*), diharapkan dapat membantu PT Pos Indonesia dalam mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan pengguna jasa pelayanan pengiriman paket sehingga dapat meningkatkan kepuasan kepada konsumennya.

Dari penjelasan di atas didapat rumusan masalah sebagai berikut :

- Bagaimana karakteristik pelayanan jasa pengiriman paket yang harus dipenuhi PT Pos Indonesia agar sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen?
- Bagaimana posisi jasa pelayanan pengiriman paket PT Pos Indonesia terhadap para pesaing?

I.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah :

1. mengetahui karakteristik dan perilaku konsumen PT Pos Indonesia,
2. mengidentifikasi karakteristik kebutuhan jasa pengiriman paket yang diharapkan konsumen,
3. memberi gambaran posisi persaingan PT Pos Indonesia diantara pesaingnya.

I.4 Batasan Masalah

Agar pembahasan dan pemecahan masalah lebih terarah maka ruang lingkup penelitian yang ada dibatasi sebagai berikut :

1. penelitian dilakukan di PT Pos Indonesia 30000 Palembang,
2. penelitian dilakukan pada bulan Oktober – November 2006,
3. penelitian dilakukan dengan wawancara dan penyebaran kuesioner, yaitu kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian,
4. responden untuk penelitian adalah orang yang pernah menggunakan jasa pengiriman paket TIKI dan Utama *Express*,

5. pembahasan dalam penelitian ini dilakukan hanya sampai pada pembuatan matrik HOQ (*House of Quality*),
6. pembentukan matrik *QFD* dan penentuan urutan prioritas karakteristik teknis dilakukan dengan menggunakan pendekatan metode *Fuzzy Quality Function Deployment*.

I.5 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian mengenai *Fuzzy QFD* sebelumnya pernah dilakukan oleh Nirmala Budhiarti, mahasiswi Universitas Trisakti Jakarta. Dalam penelitiannya Nirmala Budhiatri menerapkan metode *Quality Function Deployment* dengan pendekatan *Fuzzy Pairwise Comparison* di Hotel Budi Karsa Bidakara Jakarta.

Persamaan dari kedua penelitian ini adalah meneliti untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Sedangkan perbedaannya adalah metode *fuzzy* yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan *Fuzzy Pairwise Comparison*, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan *Trapezoidal Fuzzy Number* dan *Triangular Fuzzy Number*.

I.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan tugas akhir ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan secara singkat mengenai gambaran umum dari masalah penelitian yang dilakukan, yang terdiri dari : latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini dibahas mengenai semua teori-teori yang relevan dengan permasalahan yang ada. Teori didapat dari berbagai buku rujukan yang diharap saling mendukung untuk memecahkan masalah dan mencapai tujuan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai langkah-langkah sistematis dan metode yang dilakukan dalam pemecahan masalah yang meliputi: studi pendahuluan, identifikasi masalah, studi pustaka, tujuan penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, analisis hasil pengolahan data, serta kesimpulan dan saran.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai sejarah dan data umum perusahaan. Selain itu juga akan dilakukan pengumpulan hasil kuesioner dilanjutkan dengan perhitungan tingkat kepentingan masing-masing atribut serta perhitungan untuk mendapatkan urutan prioritas karakteristik teknis yang dilakukan dengan pendekatan *fuzzy*.

BAB V ANALISIS

Pada bab ini akan dilakukan analisis terhadap hasil pengolahan data yang telah dilakukan dan akan dibahas mengenai usulan untuk perusahaan berdasarkan hasil penelitian.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan disimpulkan hasil penelitian secara keseluruhan yang akan menjawab tujuan penelitian, disertai saran-saran yang dapat berguna bagi perusahaan.