

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia industri di Indonesia saat ini semakin berkembang luas. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya sector industri di Indonesia yang semakin merambah. Tidak hanya industri manufaktur yang perkembangannya begitu pesat. Namun, pada industri jasa juga sama halnya seperti industri manufaktur. Para pelaku industri jasa membuat strategi untuk menarik minat para konsumen dan mempertahankan kepuasan konsumen melalui kualitas produk dan layanan yang mereka tawarkan. Setiap pelayanan jasa menonjolkan keunikan masing-masing, baik dalam hal kualitas produk yang disuguhkan maupun dalam hal pelayanan yang disediakan. Perkembangan industri jasa didukung oleh banyaknya industri jasa lain yang belum mampu memenuhi keinginan konsumen, sehingga menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap layanan yang disediakan.

CV. Auto Smashhit merupakan perusahaan yang sedang berkembang yang bergerak di bidang *automotive repair*, dimana saat ini pelayanan perusahaan terhadap konsumen belum dikatakan maksimal. Terletak di kecamatan Pondok Gede, Kota Bekasi membuat lokasi perusahaan ini relative strategis yaitu berada dekat dengan pintu Tol, yang mana memiliki tingkat mobilitas kendaraan yang tinggi. Permasalahan yang sering dihadapi yakni merupakan karena tingginya persaingan dalam usaha jasa perbaikan kendaraan bermotor. Dengan adanya hal tersebut maka salah satu upaya yang harus dilakukan oleh pihak perusahaan untuk menarik konsumen dan mempertahankan



konsumen adalah meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dengan memperbaiki kinerja pelayanannya. Jasa perbaikan kendaraan bermotor saat ini termasuk salah satu jasa yang sangat dibutuhkan bagi para pengguna kendaraan bermotor. Perusahaan yang mampu menarik pelanggan kendaraan bermotor tidak hanya bengkel resmi. Namun, dalam hal ini jasa perbaikan komputerisasi kendaraan bermotor pun mampu bersaing dengan bengkel resmi di luar sana. Ada beberapa hal yang tidak mampu diselesaikan oleh bengkel resmi terhadap masalah yang dihadapi oleh konsumen.

Permasalahan yang terjadi pada perusahaan, perlu dilakukan evaluasi perbaikan kualitas pelayanan yang mengacu pada pemuasan kebutuhan pelanggan. Pihak perusahaan yang gagal meningkatkan kualitas pelayanan akan menghadapi masalah yang akan berdampak kepada kelangsungan usaha tersebut. Kasus yang terjadi seperti, saat ini penelitian menggunakan metode *Service Quality* (Servqual) dan metode *Quality Function Deployment* (QFD). *Quality Function Deployment* (QFD) sendiri merupakan metode untuk mentransformasikan suara pelanggan (*voice of customer*) menjadi suatu proses perancangannya (*design quality*). Auto Smashhit sebagai tempat untuk melakukan penelitian. Dimana kuesioner diperlukan oleh perusahaan untuk bahan evaluasi kedepannya dalam meningkatkan pelayanan yang ada. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik dengan pemilihan judul “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pada CV. Auto Smashhit di Kota Bekasi Menggunakan Metode Service Quality (SERVQUAL) dan Quality Function Deployment (QFD)”

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada masalah penelitian yaitu tentang kepuasan pelanggan di CV. Auto Smashhit, maka selanjutnya dirumuskan pertanyaan penelitian:

- a. Bagaimana GAP antara persepsi dan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan?
- b. Bagaimana penerapan metode *Quality Function Deployment* untuk perbaikankualitas pelayanan?
- c. Apa saja dimensi kualitas yang memiliki pengaruh kuat terhadap pelayanan?

## 1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka batasan masalah yang akandiangkat adalah:

- a. Penelitian dilakukan pada bulan Oktober – November 2022
- b. Penelitian tidak membahas masalah biaya.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan batasan masalah yang diangkat maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Menentukan gap antara harapan dan persepsi pelanggan di CV. Auto Smashhit di Kota Bekasi terhadap pelayanan menggunakan metode servqual.
- b. Menerapkan metode *Quality Function Deployment* pada perusahaan untuk mengetahui kepuasan pelanggan.
- c. Menganalisa kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang bisa diperoleh dari penelitian kali ini adalah:

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mampu memberikan informasi mengenai kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang ada pada CV Auto Smashhit di Kota Bekasi. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan dalam melakukan peningkatan kualitas dan perubahan dalam upaya perbaikan kualitas pelayanan untuk terus dapat memuaskan pelanggan.

### 1.6 Metode Penelitian

Untuk dapat menganalisa dan memecahkan masalah yang ada serta untuk memecahkan jalan keluar yang baik diperlukan kumpulan data, baik dari sumber langsung tempat penulis melakukan penelitian (riset) dalam pencarian data dipergunakan 2 (dua) metode yaitu:

1. Studi lapangan, yaitu penelitian secara langsung pada suatu objek dengan masalah yang diteliti sebagai berikut:
  - a. Observasi, yaitu pengamatan langsung di lapangan dan mencatat langsung dilapangan dan mencatat semua peristiwa yang terjadi, yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.
  - b. Wawancara, yaitu pengumpulan data dengan cara mewawancarai langsung kepada pihak yang berwenang serta bagian lain yang terkait untuk menambahinformasi bagi peneliti dengan penelitian langsung.
2. Studi Pustaka, yaitu kegiatan ini dilakukan dengan membaca dan mempelajari buku – buku tentang berbagai teori yang berkaitan dengan pokok bahasan.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah memahami dan memberikan gambaran jelas tentang isi dari skripsi ini, maka harus disusun secara sistematis. Karena itu pembahasan, maka penulisan laporan skripsi dibagi menjadi 6 (enam) bab yang saling berkaitan satu sama lain

### **BAB I : Pendahuluan**

Pada bab ini berisikan tentang latar belakang penelitian dimana, permasalahan yang sering dihadapi oleh CV. Auto Smashhit adalah masalah terhadap kualitas pelayanan yang disebabkan oleh banyaknya bisnis serupa sehingga menimbulkan persaingan bisnis dimana jika dilihat lagi ke belakang apabila tidak meningkatkan kualitas pelayanan dan kinerja sehingga menyebabkan ketidakpuasan pelanggan sehingga dapat menurunkan kepercayaan pelanggan lain.

### **BAB II : Landasan Teori**

Pada bab ini berisikan tentang teori – teori pendukung yang akan digunakan dalam mengolah dan menganalisa data. Teori – teori yang digunakan antara lain, factor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, karakteristik jasa, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan yang akan diintergrasikan.

**BAB III : Metodologi Penelitian**

Dalam bab ini berisi tahap – tahap pemecah masalah yang dilakukan dalam penelitian ini. Untuk dapat menganalisa dan memecahkan masalah yang ada serta untuk memecahkan jalan keluar yang baik diperlukan kumpulan data, baik dari sumber langsung tempat penulis melakukan penelitian (riset) dalam pencarian data dipergunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data penelitian.

**BAB IV : Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Pada bab ini menyajikan seluruh data yang didapat dengan beraneka ragam pengumpulan dan pengolahan data sesuai landasan teori serta metodologi pemecahan masalah. Data – data yang akan digunakan adalah hasil yang didapat melalui kuesioner dan data sekunder yang diberikan dari pihak perusahaan.

**BAB V : Analisis dan Pembahasan**

Bab ini menjelaskan Analisa dari pembahasan yang telah dilakukan dari data–data sudah dikumpulkan.

**BAB VI : Kesimpulan dan Saran**

Bab terakhir ini Kembali dikupas hal – hal yang penting untuk akhirnya dibuat kesimpulan dan disertakan saran – saran yang akan bermanfaat bagi pihak dimana penulis melakukan penelitian.