

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Bisnis *laundry*, pelayanan merupakan aspek kualitas jasa yang sangat penting. Karena jasa pelayanan ini tidak terlepas dari persaingan antar perusahaan penyedia jasa yang sejenis. Dari berbagai *laundry* yang ada, berlomba-lomba untuk memperoleh kepercayaan kepada pelanggan dengan mengemukakan kualitas yang terbaik. Setiap pelanggan mengharapkan bahwa *service* yang akan didapat sesuai dengan harapan yang dijanjikan oleh penyedia jasa. Terlebih dapat melebihi dari harapan itu sendiri. Namun, apabila tidak direspon dengan baik dan cepat oleh pihak penyedia jasa dapat menyebabkan suatu masalah yang kemudian berujung penurunan kepercayaan dari pelanggan terhadap pihak penyedia jasa.

Jasa (*Service*) adalah tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lainnya (Lovelock dan Wright (2005). Batasan tentang jasa dalam buku Lupiyoadi, Rambat (2013) “*service is all economic activities whose output is not a physical product or construction is generally consumed at that time it is product, and provides added value in forms (such as convenience, amusement, comfort or health)*”. Baik buruk kualitas jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada para pelanggan akan berpengaruh pada nama perusahaan itu sendiri.

Kasus diperusahaan penyedia jasa *laundry* yaitu konsumen akan banyak memakai jasa salah satu *laundry* tertentu jika *laundry* tersebut dapat memberikan kualitas jasa yang lebih baik dari *laundry-laundry* lainnya seperti rasa aman terhadap barang yang akan di *laundry*, nyaman saat berada di lokasi *laundry*, keramah-tamahan dari karyawan kepada pelanggan, kelengkapan peralatan yang tersedia, harga yang ditawarkan bervariasi sehingga dapat terjangkau oleh pelanggan, kecepatan dan ketangkasan dalam melayani pelanggan, serta dapat memberikan informasi yang benar dan cepat jika terdapat masalah yang terjadi.

Permasalahan tersebut perlunya perhatian khusus dari pihak pengelola *laundry* sebab para pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan oleh penyedia jasa *laundry*. Istilah “pembeli adalah raja” berlaku untuk kasus ini. Namun jika perusahaan tidak memperdulikan akan hal kualitas jasa yang ditawarkan dan hanya berorientasi pada profit, apabila dibiarkan berlarut-larut akan membawa dampak yang besar bagi perusahaan, yang mana berakibat para pelanggan memungkinkan untuk pergi dari perusahaan tersebut dan pindah ke pesaingnya yang lebih baik dari perusahaan tersebut

Menurut Lupiyoadi, Rambat (2013), hasil survei membuktikan bahwa tidak semua konsumen yang kecewa terhadap pelayanan dengan senang hati menyampaikan keluhannya. Artinya, meski mereka tidak menyampaikan keluhannya, bukan berarti secara otomatis dianggap puas. Kenyataannya, justru 96% konsumen yang tidak puas secara diam-diam beralih ke jasa pesaing. Hal ini sesuai dengan temuan dari TARP (*Technical Assistance Research Program*) di Washington, D.C. Itu artinya, diamnya konsumen merupakan sinyal buruk bagi perusahaan. Karena 4% yang menyampaikan keluhan biasanya adalah mereka yang benar-benar setia pada jasa perusahaan.

*Laundry* Himalaya yang bergerak dalam bisnis penyedia jasa mendapatkan permasalahan terjadi pemutusan kerja sama antara pelanggan Himalaya dengan pihak *laundry* sendiri. Pemutusan kerjasama Tidak diketahui secara pasti penyebabnya. Namun, asumsi dari pihak *laundry* meyakini penyebab dari permasalahan ini adalah kualitas jasa yang ditawarkan masih rendah. Sehingga berdasarkan permasalahan tersebut diperlukan suatu penelitian yang menekankan bagaimana cara meningkatkan kualitas jasa dengan metode *Quality Function Deployment* (QFD) di *Laundry* Himalaya Colomadu. Penelitian ini diharapkan dapat menemukan alternatif /solusi yang tepat sesuai dengan permasalahan yang ada

## 1.2 Rumusan Masalah

Latar belakang yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka dapat dituliskan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana hasil pengukuran kualitas pelayanan jasa yang diberikan *Laundry Himalaya* kepada pelanggan dengan metode SERVQUAL?
2. Bagaimana menentukan solusi alternatif untuk mengetahui keinginan pelanggan *Laundry Himalaya* dengan metode QFD?

## 1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini perlu adanya pembatasan masalah supaya penelitian tidak menyimpang dari tema yang sudah ditetapkan. Batasan masalah untuk penelitian ini sebagai berikut:

1. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Laundry Himalaya Colomadu*
2. Responden yang digunakan adalah hanya hotel yang masih bekerjasama dengan pihak *laundry Himalaya*
3. Penelitian hanya sebatas pengukuran kualitas jasa di *Laundry Himalaya* dan tidak membahas tentang aspek-aspek finansial dan yang lainnya.
4. Penelitian hanya fokus terhadap gap 5 yang mana membahas tentang persepsi dan ekspektasi dari pelanggan *Laundry Himalaya*.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian mengenai cara meningkatkan kualitas jasa adalah sebagai berikut:

1. Mengukur kualitas jasa yang telah diberikan oleh pihak *laundry* kepada pelanggan yaitu hotel yang masih bekerjasama.dengan metode SERVQUAL (*Service Quality*) di *Laundry Himalaya*.
2. Memilih solusi alternatif dengan menggunakan metode QFD (*Quality Function Deployment*) untuk mengetahui keinginan dari pelanggan *Laundry Himalaya* terhadap jasa yang telah ditawarkan.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut

1. Bagi perusahaan yang bergerak dalam industri jasa, metode QFD (*Quality Function Deployment*–HOQ (*House of Quality*)) dapat digunakan sebagai referensi untuk menentukan solusi dari masalah yang terjadi menurut keinginan pelanggan.
2. Sebagai bahan referensi untuk penelitian yang lain distudi kasus yang sejenis.
3. Sebagai acuan untuk menentukan solusi alternatif kepada pihak *laundry* dalam meningkatkan kualitas jasa supaya pelanggan menjadi puas dengan pelayanan.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang dasar-dasar teori penelitian yang digunakan peneliti dalam memecahkan masalah yang terjadi. Dasar-dasar teori yang digunakan peneliti antara lain adalah SERVQUAL (*Service Quality*), QFD (*Quality Function Deployment*) dan penelitian-penelitian lain yang sejenis terkait industri jasa

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Metodologi Penelitian menjelaskan tentang objek penelitian dan tahapan penelitian (teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan analisis data, dan kerangka pemecahan masalah).

### **BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISA**

Bab IV berisi data-data untuk mendukung peneliti dalam penelitian dan cara pengolahan data yang diperoleh dari responden (Pelanggan *Laundry Himalaya* yaitu Hotel) serta menyajikan analisa hasil dari pengolahan data penelitian.

### **BAB V PENUTUP**

Bab V berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang sudah dikerjakan beserta saran-saran untuk objek terkait.