

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era digitalisasi sekarang ini, banyak teknologi yang semakin berkembang mulai dari perkembangan industrial maupun jasa. Pada bidang industry sekarang banyak perusahaan yang memiliki mesin yang sudah berkembang atau sudah memiliki mesin yang canggih, dan pada bidang jasa di era digital ini sangatlah mudah dalam memberikan jasa pelayanan yang dapat memuaskan para *customer* dalam memenuhi kebutuhannya. Dan pada era yang semakin berkembang ini juga, memiliki beberapa dampak persaingan yang cukup kompetitif oleh para perusahaan baik itu industri maupun jasa pelayanan.

Persaingan bisnis menuntut perusahaan agar mampu menerapkan rencana strategis untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam pengembangan produk dengan peningkatan kualitas, performansi, dan pengurangan biaya serta waktu produksi. Lingkungan yang kompetitif saat ini membuat kegiatan ini lebih sulit dilakukan dari sebelumnya. Pelanggan tidak hanya menuntut tingkat kualitas yang lebih tinggi dalam produk baru, tetapi juga menuntut inovasi terbaru. Produk berkualitas tinggi merupakan prasyarat utama untuk perusahaan kompetitif (Paulo, 2007).

*Quality Funcitonal Deployement* (QFD) adalah salah satu metode yang dapat digunakan untuk menerjemahkan peningkatan kualitas pelayanan konsumen. QFD adalah suatu proses menetapkan keinginan pelanggan tentang “apa yang diinginkan konsumen” dan menerjemahkannya menjadi atribut “bagaimana agar tiap era fungsional dapat memahami dan melaksakannya”. Konsep QFD dikembangkan untuk menjamin bahwa produk yang memasuki tahap produksi benar benar akan dapat memuaskan para konsumen atau pelanggan dengan jalan membentuk kualitas yang maksimum pada setiap tahap pengembangan produk (Hasanah, 2007).

PT XYZ merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penjualan produk-produk pendukung ibu menyusui. PT XYZ memiliki *Brand* BKA Indonesia dan pada tahun 2020 mengeluarkan brand baru bernama Mimima dengan produk yang sama yaitu peralatan pendukung Ibu menyusui. Pada tahun 2016 hingga 2021 Botol Kaca ASI BKA meraih *Top Brand for Kids* dalam kategori Botol ASI sebagai salah satu pembuktian Botol Kaca ASI BKA merupakan botol ASI favorit pilihan ibu bekerja dan bertahan menjadi *Top Brand for Kids* dalam kategori Botol ASI.

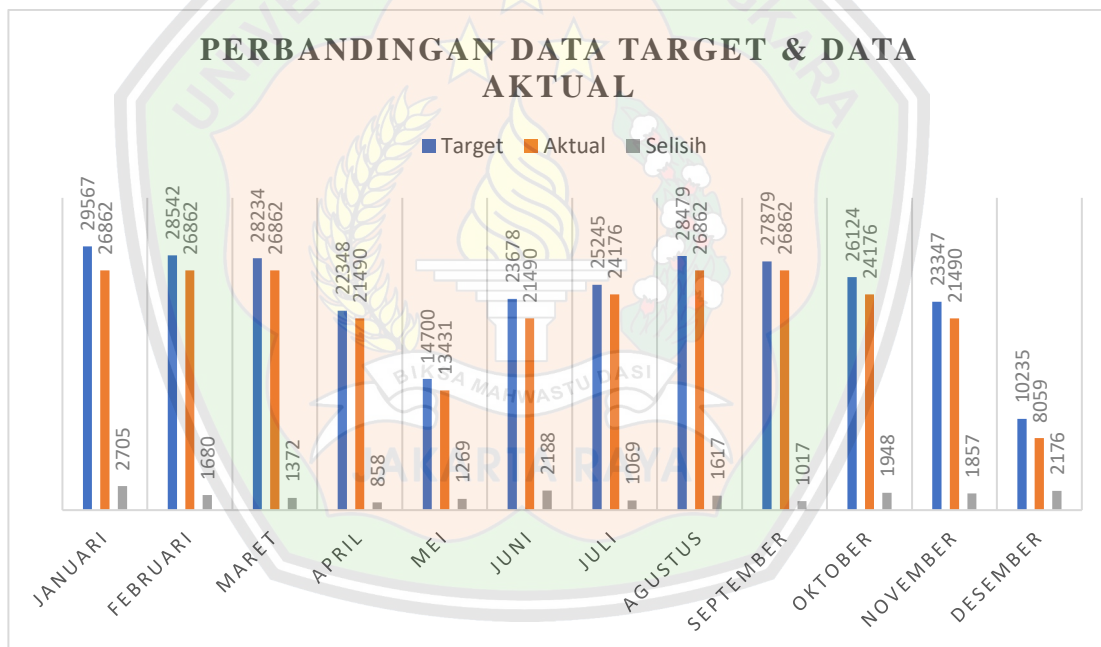
Dari hasil observasi yang dilakukan pada PT tersebut, permasalahan yang dialami PT XYZ adalah kurang mampu bersaing dari segi promosi dengan pesaingnya, yang menyebabkan turunnya jumlah penjualan. Maka untuk meningkatkan jumlah penjualan dan agar dapat bersaing dengan perusahaan pesaing yang lebih dahulu ada, langkah awal yang ingin dilakukan oleh PT XYZ adalah memperbaiki kualitas komponen pendamping dari produk yaitu kualitas pelayanan konsumen. PT XYZ ingin mengetahui harapan dan penilaian konsumen terhadap pelanggan yang selama ini telah diberikan oleh PT XYZ, serta mengetahui Tindakan yang tepat dan sesuai untuk memenuhi harapan konsumen tersebut.

Tabel 1. 1 Data Penjualan Produk Botol Kaca Januari 2022 sampai Desember 2022

No	Bulan	Target	Aktual	Selisih	Persentase
1	Januari	29567	26862	2705	14%
2	Februari	28542	26862	1680	9%
3	Maret	28234	26862	1372	7%
4	April	22348	21490	858	4%
5	Mei	14700	13431	1269	6%
6	Juni	23678	21490	2188	11%
7	Juli	25245	24176	1069	5%

No	Bulan	Target	Aktual	Selisih	Persentase
8	Agustus	28479	26862	1617	8%
9	September	27879	26862	1017	5%
10	Oktober	26124	24176	1948	10%
11	November	23347	21490	1857	9%
12	Desember	10235	8059	2176	11%
<b>Total</b>		<b>288378</b>	<b>268620</b>	<b>19758</b>	<b>100%</b>

Sumber: Pengolahan Data, 2023



Gambar 1. 1 Perbandingan Data Target & Data Aktual

Sumber: Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel 1.1 dan gambar 1.1 menunjukkan data dari bulan Januari 2022 sampai dengan Desember 2022 merupakan perbandingan data target dan aktual. Oleh karena itu produk mengalami penurunan penjualan dikarenakan tidak mencapai

target. Berdasarkan data di atas maka dapat diketahui bahwa pendapatan cenderung mengalami penurunan yang cukup signifikan pada tahun 2022

Tabel 1. 2 Target dan Realisasi Penjualan Januari 2022 sampai Desember 2022

No	Bulan	Target Penjualan	Aktual Penjualan	Tercapai / Tidak Tercapai
1	Januari	Rp251.319.500	Rp228.327.000	Tidak Tercapai
2	Februari	Rp242.607.000	Rp228.327.000	Tidak Tercapai
3	Maret	Rp239.989.000	Rp228.327.000	Tidak Tercapai
4	April	Rp189.958.000	Rp182.665.000	Tidak Tercapai
5	Mei	Rp124.950.000	Rp114.163.500	Tidak Tercapai
6	Juni	Rp201.263.000	Rp182.665.000	Tidak Tercapai
7	Juli	Rp214.582.500	Rp205.496.000	Tidak Tercapai
8	Agustus	Rp242.071.500	Rp228.327.000	Tidak Tercapai
9	September	Rp236.971.500	Rp228.327.000	Tidak Tercapai
10	Oktober	Rp222.054.000	Rp205.496.000	Tidak Tercapai
11	November	Rp198.449.500	Rp182.665.000	Tidak Tercapai
12	Desember	Rp86.997.500	Rp68.501.500	Tidak Tercapai

Sumber : Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan data di atas target penjualan yang sudah ditetapkan oleh perusahaan selama tahun 2022 tidak tercapai, hal ini menjadikan dasar untuk diteliti penyebab dari permasalahan tersebut. Proses identifikasi kebutuhan pelaku industri merupakan bagian yang integral dari proses pengembangan produk sehingga mempunyai hubungan erat dengan proses penurunan konsep dan menetapkan spesifikasi

produk. Oleh karena itulah penulis mencoba untuk melakukan wawancara terhadap karyawan perusahaan terkait. Setelah dilakukan identifikasi dengan karyawan perusahaan dapat diketahui solusi apa saja yang dapat dilakukan yang belum dapat memenuhi target penjualan. Hal ini dibuktikan dari hasil observasi yang dilakukan dari sebaran kuisisioner pendahuluan pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. 3 Kuesioner Pendahuluan

No	Atribut Pertanyaan	Respon Teknis		
		Jawaban	Responden	Persentase
1	Apakah material kaca pada produk sudah optimal?	Ya	2	20%
		Tidak	8	80%
		Total	10	100%
2	Apakah desain tersebut sesuai standart yang diinginkan?	Ya	4	40%
		Tidak	6	60%
		Total	10	100%
3	Apakah ketahanan produk tersebut dapat tahan lama?	Ya	3	30%
		Tidak	7	70%
		Total	10	100%
4	Apakah terdapat fitur pendukung seperti memudahkan dalam mengenggam produk?	Ya	1	10%
		Tidak	9	90%
		Total	10	100%

Sumber : Pengolahan Data, 2023

Untuk mengetahui apakah dimensi produk botol kaca ASI berpengaruh terhadap penjualan maka perlu dilakukan penyebaran kuesioner pendahuluan terhadap karyawan di perusahaan tersebut sebagai responden. Berdasarkan kuesioner pendahuluan pada tabel di atas maka disimpulkan bahwa permasalahan di PT. XZY perlu dilakukan penelitian karena berpengaruh terhadap penjualan. Untuk meningkatkan penjualan produk perlu dilakukannya pengembangan produk dengan menerjemahkan *voice of customer* dengan menggunakan metode *quality functional*

*deployment* (QFD) adalah sebuah metode atau alat kualitas yang membantu untuk menerjemahkan suara pelanggan (*voice of customer*) menjadi produk baru yang benar benar menjadi kebutuhan mereka.

Tujuan dari penggunaan metode QFD pada penelitian ini adalah melakukan Analisa terhadap produk dari botol kaca asi menjadi sebuah produk yang dapat menyesuaikan kondisi yang sedang terjadi saat ini dengan perusahaan dapat menciptakan dan mengembangkan produk botol kaca asi sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dari *customer* sehingga dapat meningkatkan target penjualan produk di setiap bulannya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis peningkatan pelayanan produk yang dapat menyesuaikan dengan permintaan customer dengan harapan dapat meningkatkan target penjualan produk dari PT XYZ pada setiap bulannya dengan menggunakan metode QFD.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas,maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Menurunnya minat pembeli dikarenakan belum adanya inovasi pada produk botol kaca ASI.
2. Belum adanya strategi produk yang tepat untuk meningkatkan kembali penjualan.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis dapat merumuskan suatu permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana mengetahui atribut apa saja yang penting untuk peningkatan penjualan produk botol kaca ASI di PT. XYZ?

2. Bagaimana menentukan prioritas tertinggi pada matrik *House of Quality* (HOQ) yang berpengaruh pada peningkatan penjualan botol kaca ASI di PT. XYZ?

#### **1.4 Batasan Masalah**

Batasan masalah dilakukan agar peneliti menjadi lebih terfokus pada pembahasan dan tidak melebar ke permasalahan lainnya.

1. Pada penelitian ini hanya membahas sampai pada pengembangan produk di PT. XYZ
2. Pada object penelitian ini hanya berfokus pada konsep pengembangan produk tidak merembet ke biaya dan jumlah produksi
3. Penelitian ini tidak membahas proses dan data data produksi.

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis dapat menguraikan tujuannya adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui atribut apa saja yang penting bagi konsumen untuk peningkatan penjualan produk botol kaca ASI di PT. XYZ
2. Menentukan prioritas tertinggi pada matrik *House of Quality* (HOQ) yang berpengaruh pada peningkatan penjualan botol kaca ASI di PT. XYZ

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan bisa mengambil beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti  
Sebagai bahan menerapkan teori-teori yang di dapat selama perkuliahan, Mendapat informasi untuk mengetahui cara berkembangnya suatu produk.

2. Bagi Perusahaan  
PT XYZ dapat mengetahui bahwa permasalahan menurunnya penjualan produk dan menjadi acuan bagi PT XYZ agar lebih meningkatkan kualitas produknya.
3. Bagi Universitas  
Terjalannya kerja sama antara universitas dengan perusahaan dan tersusunnya kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan yang nyata dilapangan.

### **1.7 Tempat dan Waktu Penelitian**

1. Tempat Penelitian  
Dalam penyusunan skripsi ini bertempat di salah satu PT yang berada di Summarecon Bekasi, Bekasi Utara
2. Waktu Penelitian  
Penelitian ini dilakukan di bulan Januari 2022 sampai dengan bulan Desember 2022

### **1.8 Metode Penelitian**

Dalam mejalankan penelitian ini,penulis melakuka pengambilan data-data milik perusahaan dengan menerapkan beberapa Teknik atau metode yang selanjutnya data-data tersebut diolah atau dianalisis, Teknik dan metode yang penulis lakukan di dalam pengambilan data-data diantaranya sebagai berikut:

1. Metode Studi Pustaka  
Dalam metode ini data yang diperoleh berasal dari data yang tersimpan berupa catatan, laporan dan dokumen perusahaan yang berkaitan dengan produk.
2. Metode Observasi  
Kegiatan yang penulis lakukan dimetode ini yaitu pengamatan dan pencatatan untuk mengetahui permasalahan apa saja yang terjadi untuk selanjutnya di Analisa,tetapi tidak melakukann tanya jawab kepada siapapun.

### 3. Metode Studi Lapangan

Kegiatan yang penulis lakukan pada metode ini adalah dengan cara berinteraksi langsung kepada *customer* mengenai produk yang diinginkan saat pemakaian produk.

## 1.9 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disajikan memberikan deskripsi struktur secara menyeluruh dari penelitian ini. Penelitian ini terbagi atas 5 bab yang tertulis antara lain sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini menyajikan pengantar terhadap masalah yang akan dibahas yang terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian sebagai landasan serta pemecah masalah.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Landasan teori menyajikan tinjauan Pustaka yang berisikan teori teori dan pemikiran yang digunakan sebagai landasan serta pemecah masalah.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini berisikan tentang bagaimana data penelitian diperoleh serta bagaimana menganalisa data.

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

Dalam bab ini berisikan hasil penelitian serta pengolahan perhitungan data dan Analisa terhadap hasil-hasil yang diperoleh pada bab sebelumnya.

### **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini berisikan kesimpulan dari hasil pembahasan, analisis data serta saran-saran yang bisa diberikan berdasarkan penelitian yang dilakukan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Menuliskan sumber-sumber referensi yang dianggap valid dan sesuai dengan penulisan skripsi ini.