



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Perancangan Proses Layanan Kurir Berdasarkan
Keinginan Pelanggan Dengan *Quality Function*
***Deployment* Pada PT. Triplogic Semesta Raya Bandung**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Faldi Irham Pratama

2015320166

Bandung

2020



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

**Perancangan Proses Layanan Kurir Berdasarkan
Keinginan Pelanggan Dengan *Quality Function
Deployment* Pada PT. Triplogic Semesta Raya Bandung**

Skripsi

Oleh

Faldi Irham Pratama

2015320166

Pembimbing

Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB.

Bandung

2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Persetujuan Skripsi

Nama : Faldi Irham Pratama
Nomor Pokok : 2015320166
Judul : Perancangan Proses Layanan Kurir Berdasarkan Keinginan Pelanggan Dengan *Quality Function Deployment* Pada PT. Triplogic Semesta Raya Bandung

Menyetujui untuk diajukan pada
Ujian Sidang jenjang Sarjana
Bandung, 24 Juni 2020

Pembimbing,

Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

24 Juli 2020

Yoke Pribadi Komarius, S.AB., M.Si.

Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Faldi Irham Pratama

NPM : 2015320166

Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Perancangan Proses Layanan Kurir Berdasarkan Keinginan Pelanggan Dengan *Quality Function Deployment* Pada PT. Triplogic Semesta Raya Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung,
METERAI
TUMPIL
B7A2CAHF40483185
6000
TUASIRBUPIAH
Faldi Irham Pratama



ABSTRAK

Nama : Faldi Irham Pratama
NPM : 2015320166
Judul : Perancangan Proses Layanan Kurir Berdasarkan Keinginan Pelanggan Dengan *Quality Function Deployment* Pada PT. Triplogic Semesta Raya Bandung.

Saat ini persaingan bisnis logistik sangat ketat, hal utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan pelayanan pengiriman barang adalah kepuasan pelanggan sebagai bentuk respon dari kualitas pelayanan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga dapat *survive* dalam meningkatkan dan menguasai pangsa pasar serta pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dapat dilakukan dalam waktu yang cepat dan lebih mudah. Oleh karena itu untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan, maka terlebih dahulu PT. Triplogic Semesta Raya Bandung harus bisa memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggannya tersebut. Adanya komplain dari pelanggan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang ada PT. Triplogic Semesta Raya Bandung perlu ditingkatkan lagi.

Tujuan penelitian ini untuk melihat dan mengetahui dimensi apa saja yang diinginkan oleh pelanggan dalam proses pelayanan pada PT. Triplogic Semesta Raya Bandung dan untuk menganalisis dan menjelaskan perbaikan perancangan proses layanan pada PT. Triplogic Semesta Raya Bandung dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD).

Berdasarkan dari hasil penelitian diperoleh bahwa dimensi yang diharapkan oleh pelanggan adalah keandalan (*reliability*), bukti fisik (*tangibles*), daya tanggap (*Responsiveness*), empati (*empathy*) dan jaminan (*assurance*) dan dengan melihat hasil QFD didapatkan suatu alternatif rancangan dan perbaikan pelayanan pengiriman paket adalah ketepatan waktu pengiriman dan kedatangan yang dijanjikan dengan kedatangan paket, pengetahuan karyawan akan jasa yang ditawarkan kepada pelanggan, karyawan melayani pelanggan dengan penuh kesabaran, karyawan PT. Triplogic memiliki kemampuan dalam menjawab pertanyaan pelanggan, hubungan PT. Triplogic kepada para pelanggan dan karyawan PT. Triplogic sangat memahami apa saja kebutuhan yang diinginkan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Jasa Pengiriman, *Quality Function Deployment* (QFD)

ABSTRACT

Name : Faldi Irham Pratama
NPM : 2015320166
Title : *Designing a Courier Service Process Based on Customers' Desires with Quality Function Deployment at PT. Triplogic Semesta Raya Bandung.*

Currently the logistics business competition is very tight, the main thing that must be considered by the freight forwarding company is customer satisfaction as a form of response from the quality of services offered by the company so that it can survive in increasing and controlling market share and the services provided to customers can be done in faster and easier time. Therefore to be able to maintain and increase the number of customers, first PT. Triplogic Semesta Raya Bandung must be able to fulfill what is needed and desired by these customers. The existence of complaints from customers shows that the quality of existing services PT. Triplogic Semesta Raya Bandung needs to be improved.

The purpose of this study is to see and know what dimensions are desired by customers in the service process at PT. Triplogic Semesta Raya Bandung and to analyze and explain the improvement of service process design at PT. Triplogic Semesta Raya Bandung using the Quality Function Deployment (QFD) method.

Based on the research results obtained that the dimensions expected by customers are reliability, physical evidence (tangibles), responsiveness (Responsiveness), empathy (empathy) and assurance (assurance) and by looking at the QFD results obtained an alternative design and service improvement package delivery is Punctuality delivery and arrival promised with package arrival, employee knowledge of services offered to customers, employees serve customers with patience, employees of PT. Triplogic has the ability to answer customer questions, the relationship of PT. Triplogic to the customers and employees of PT. Triplogic really understands what the customer wants.

Keywords : Service Quality, Delivery Service, Quality Function Deployment (QFD)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan tugas akhir skripsi ini. Penulisan ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan. Judul yang penulis ajukan adalah “Perancangan Proses Layanan Kurir Berdasarkan Keinginan Pelanggan Dengan *Quality Function Deployment* Pada PT. Triplogic Semesta Raya Bandung”.

Perjalanan panjang sudah penulis lalui dalam ranka penulisan skripsi ini. Banyak hambatan dan rintangan yang dihadapi pada perampungan penulisan skripsi, namun berkat kehendak-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan baik moril atau materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua, papah tercinta Benny Hamdani dan mamah tersayang Farida yang telah memberikan kasih sayang, dukungan serta doa yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
2. Adik penulis, Arvan Irza yang selalu memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta Bapak Yoke Pribadi Komarius, S.AB., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis.

4. Bapak Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar selalu bersedia untuk memberikan bimbingan, saran dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
5. Mas Oki Earlivan dan Teh Nana selaku Pendiri dan *CEO* dari PT Triplogic Semesta Raya yang telah mempersilahkan dan membantu penulis untuk dapat meneliti perusahaan beliau.
6. Yoka, Dika dan Sherly yang telah memberikan dukungan dan menjadi teman baik selama penulisan skripsi ini.
7. Kang Aep yang telah memberikan masukan dan ceramah kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi.
8. Teman-teman Logistik masa jabatan 15-16 yang memberikan lawakan-lawakan, kenangan baik maupun buruk, keringat dan darah yang dilalui bersama. Penulis berterimakasih kepada seluruh staff dan anggota yang telah menjadi keluarga bagi penulis.
9. Teman-teman listrik, Ce, Keco, Fikran, Teni, Sharon yang membantu penulis untuk dapat melepas stress.
10. Nazal Adani yang selalu menjadi teman terbaik bagi penulis dalam masa perkuliahan hingga rampungnya skripsi ini.
11. Seluruh keluarga dan teman-teman yang telah memberikan dukungan motivasi kepada penulis.
12. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.

13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis sangat berharap segala bentuk saran bahkan kritikan dari berbagai pihak. Akhir kata penulis sangat berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta pihak-pihak yang terkait dalam perancangan jasa kurir.

Bandung,..... Mei 2020

Faldi Irham Pratama

DAFTAR ISI

	Halaman
Sampul/Kulit Luar Skripsi.....	i
Sampul/Kulit Dalam Skripsi	ii
Tanda Persetujuan Skripsi.....	iii
Lembar Pernyataan Skripsi	iv
Abstrak.....	v
Abstract.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Gambar	xvii
Daftar Grafik	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1. Landasan Teori.....	12
2.1.1 Kualitas Pelayanan.....	12
2.1.1.1 Pengertian Kualitas.....	12

2.1.1.2	Pengertian Pelayanan.....	14
2.1.1.3	Pengertian Kualitas Pelayanan	17
2.1.1.4	Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan.....	18
2.1.1.5	Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	20
2.1.1.6	Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan	24
2.1.2	Kepuasan Pelanggan.....	26
2.1.2.1	Pengertian Kepuasan	26
2.1.2.2	Pengertian Pelanggan	26
2.1.2.3	Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	27
	2.1.2.3.1 Strategi Kepuasan Pelanggan.....	29
	2.1.2.3.2 Tipe-tipe Kepuasan Pelanggan	30
	2.1.2.3.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	31
	2.1.2.3.4 Dimensi dan Indikator Kepuasan Pelanggan	34
2.1.3	<i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	34
2.1.3.1	Pengertian <i>Quality Function Deployment</i>	35
2.1.3.2	Manfaat <i>Quality Function Deployment</i>	36
2.1.3.3	Keunggulan <i>Quality Function Deployment</i> ..	37
2.1.3.4	Proses <i>Quality Function Deployment</i>	37
2.1.3.5	Penyusunan Rumah Kualitas	44
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	47

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	54
3.1.	Jenis Penelitian	54
3.2.	Metedologi Penelitian	54
3.3.	Model Penelitian.....	55
3.4.	Operasioanalisis Variabel	57
3.5.	Populasi dan Sampel.....	59
3.5.1.	Populasi	59
3.5.2.	Sampel	60
3.6.	Uji Validitas dan Reliablitas.....	61
3.6.1	Uji Validitas.....	61
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	63
3.7.	Teknik Pengumpulan Data	63
3.8.	Teknik Analisis Data	65
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	65
3.8.2	Pengkuruan Kualitas Pelayanan	67
3.8.3	<i>Weightes Score</i>	69
3.8.4	<i>Quality Function Deployment</i>	69
BAB IV	OBJEK PENELITIAN.....	71
4.1	Sejarah Perusahaan	71
4.2	Visi dan Misi PT. Triplogic Semesta Raya	72
4.3	Nilai-nilai PT. Triplogic Semesta Raya.....	72
4.4	Layanan PT. Triplogic Semesta Raya	73
4.5	Struktur Organisasi PT. Triplogic Semesta Raya.....	73
4.6	Lokasi Penelitian	73

BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	74
5.1	Uji Validitas Data	74
5.2	Uji Reliabilitas Data	76
5.3	Karakteristik Responden	77
5.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
5.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
5.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	78
5.3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
5.3.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	80
5.4	Analisis Deskriptif.....	81
5.5	Perbandingan PT. Triplogic dengan PT. Pos.....	90
5.6	<i>Quality Function Deployment</i>	93
5.6.1	Respon Teknikal	93
5.6.2	Hubungan Antara Respon Teknikal Dengan Atribut.....	94
5.6.3	Penyusunan <i>House Of Quality</i>	95
5.7	Pembahasan	96
5.7.1	Dimensi Yang Diinginkan Oleh Pelanggan Dalam Proses Pelayanan Pada PT. Triplogic Semesta Raya Bandung	96
5.7.2	Perbaikan Perancangan Proses Layanan Pada PT. Triplogic Semesta Raya Bandung.....	98
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
6.1	Kesimpulan.....	99
6.2	Saran	100

DAFTAR PUSTAKA	101
KUESIONER.....	104

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Hasil Tanggapan Pra Penelitian Terhadap Kualitas Pelayanan PT. Triplogic Semesta Raya Bandung.....	7
Tabel 2.1. Simbol dan Keterangan <i>Direction of Improvement</i>	41
Tabel 2.2. Bobot Simbol dan Simbol Hubungan	41
Tabel 2.3. Simbol dan Tingkat Hubungan	43
Tabel 2.4. Hasil Penelitian terdahulu	47
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel Penelitian	57
Tabel 3.2. Nilai Kumulatif	66
Tabel 3.3. Simbol Dan Nilai Numerik Relationship Matrix	70
Tabel 5.1. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	74
Tabel 5.2. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan	77
Tabel 5.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin Pelanggan PT. Triplogic Semesta Raya bandung.....	77
Tabel 5.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Pelanggan PT. Triplogic Semesta Raya bandung.....	78
Tabel 5.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Pelanggan PT. Triplogic Semesta Raya bandung.....	78
Tabel 5.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Pelanggan PT. Triplogic Semesta Raya bandung.....	79
Tabel 5.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan Pelanggan PT. Triplogic Semesta Raya bandung	80

Tabel 5.8.	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	81
Tabel 5.9.	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Keandalan (<i>Reliability</i>).....	83
Tabel 5.10.	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Daya Tanggap (<i>Responsivness</i>)	85
Tabel 5.11.	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Jaminan (<i>Assurance</i>)	87
Tabel 5.12.	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Empati (<i>Emphaty</i>)	89
Tabel 5.13.	Perbandingan PT. Triplogic dengan PT. Pos Indonesia	91
Tabel 5.14	Rekapitulasi Nilai Kesenjangan (<i>gap</i>)	92
Tabel 5.15.	Atribut Respon Teknis	94
Tabel 5.16.	Hubungan Antara Setiap Respon Teknik Dengan Atribut- Atribut Pelayanan	94
Tabel 5.17	Nilai Hubungan Pelayanan dengan Teknikal Respon.....	95

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model <i>House of Quality</i>	38
Gambar 3.1 Model Konseptual Pada Penelitian.....	55
Gambar 3.2 Persentase Dalam Garis Kuantum.....	67
Gambar 3.3. Contoh Umum Gambaran HOQ.....	70
Gambar 5.1. Persentase Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>).....	82
Gambar 5.2. Persentase Keandalan (<i>Reliability</i>).....	84
Gambar 5.3. Persentase Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	86
Gambar 5.4. Persentase Jaminan (<i>Assurance</i>)	88
Gambar 5.5. Persentase Empati (<i>Emphathy</i>)	90
Gambar 5.6. <i>House Of Quality</i> PT. Triplogic Semesta Raya.....	95

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 1.1	
Perkembangan <i>Logistic Performances Index</i> ASEAN	
Periode 2014 – 2018	2

BAB 1

PENDAHULUAN

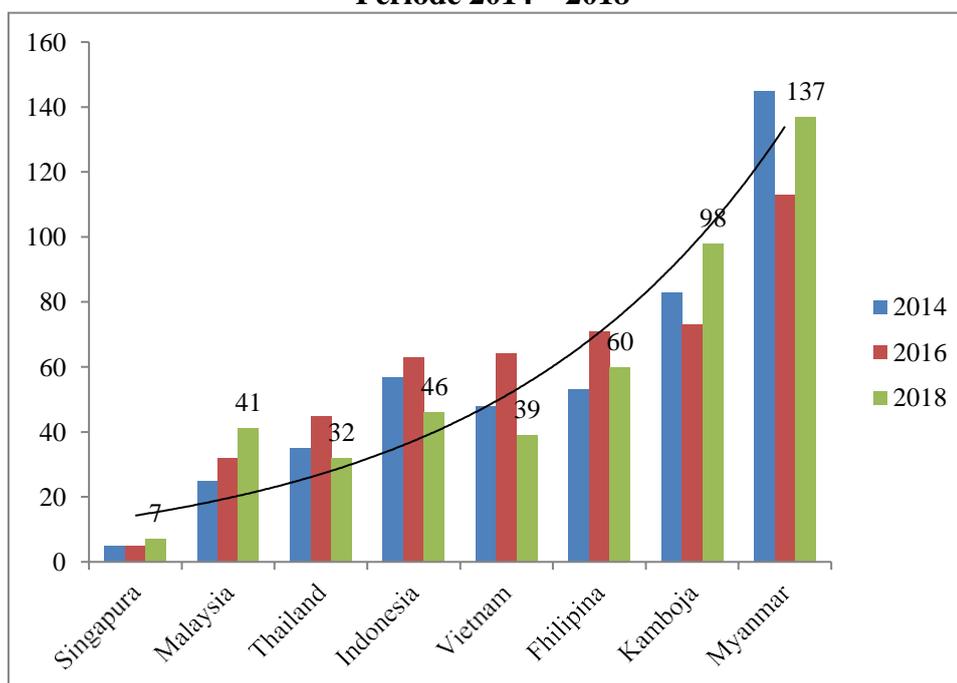
1.1 Latar Belakang

Bisnis logistik merupakan salah satu sektor usaha yang saat ini memiliki tingkat pertumbuhan tinggi, terutama sejak mulai maraknya bisnis *online* atau *e-commerce* yang semakin pesat dan menjadi tren terbaru masyarakat Indonesia. Masyarakat yang makin melek teknologi pun semakin membutuhkan layanan kurir yang terintegrasi dengan teknologi dengan fitur-fitur seperti *real-time tracking* atau *pick-up order*. Era yang serba digital telah mendorong masyarakat untuk melakukan berbagai perubahan guna mengikuti perkembangan industri. Seiring dengan kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat dan perkembangan teknologi yang semakin canggih. Peran perusahaan logistik di tanah air juga akan terus berkembang seiring pertumbuhan ekonomi yang semakin membaik. Perkembangan tersebut harus didukung dengan upaya-upaya yang dilakukan untuk mencapai sistem logistik yang efektif dan efisien. Pencapaian itu dipengaruhi oleh keadaan Indonesia yang memiliki 17.504 pulau, 270 juta penduduk dan sumber daya alam yang melimpah seperti minyak, gas, batubara, dan kelapa sawit. Potensi komoditas Indonesia yang beragam juga menjadi peluang industri logistik. Keadaan ini menunjukkan bahwa Indonesia adalah pasar yang menjanjikan dengan kekayaan sumber daya yang dimiliki.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), kontribusi lapangan usaha sektor logistik terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pada triwulan II/ 2019 adalah sebesar Rp 220,6 triliun atau 5,57 persen dari PDB yang bernilai Rp 3.963,5 triliun.

Berdasarkan analisis SCI, sektor logistik sepanjang tahun 2019 diprediksi tumbuh sebesar 11,56 persen menjadi Rp 889,4 triliun, dan pada tahun 2020 tumbuh sebesar 9,18 persen dengan nilai Rp 971 triliun. Darinya, subsektor transportasi akan tumbuh sebesar 8,97 persen (Rp 806,8 triliun) dan subsektor pergudangan tumbuh sebesar 9.8 persen (Rp 161,9 triliun).

Grafik 1.1
Perkembangan *Logistic Performances Index* ASEAN
Periode 2014 – 2018



Sumber : www.pelakubisnis.com, 2020

Berdasarkan grafik di atas, menunjukkan bahwa *logistic performance index* di negara ASEAN peringkat Indonesia terus naik. Pada tahun 2018, Indonesia berada pada peringkat 46 dengan skor sebesar 3.15 atau naik 17 tingkat dari sebelumnya yang berada pada posisi 63 dengan skor sebesar 2.98. Hal ini menunjukkan bahwa industri logistik di Indonesia mampu menyaingi negara-negara ASEAN lainnya. Melihat tren industri logistik yang sedang meningkat berdasarkan data yang dipaparkan di atas, perkembangan industri logistik semakin menjadi perhatian

masyarakat yang diperkuat dengan persaingan kualitas pelayanan di antara sekian banyaknya perusahaan yang bergerak di industri logistik. Logistik merupakan seni dan ilmu, barang, energi, informasi, dan sumberdaya lainnya, seperti produk, jasa, dan manusia, dari sumber produksi ke pasar dengan tujuan mengoptimalkan penggunaan modal. Manufaktur dan marketing akan sulit dilakukan tanpa dukungan logistik. Logistik juga mencakup integrasi informasi, transportasi, inventori, pergudangan, *reverse logistics* dan pemaketan (Kasengkang et al., 2016).

Logistik merupakan bagian dari proses rantai suplai yang berfungsi merencanakan, melaksanakan, mengontrol secara efektif, efisien proses pengadaan, pengelolaan, penyimpanan barang, pelayanan dan informasi mulai dari titik awal (*point of origin*) hingga titik konsumsi (*point of consumption*) dengan tujuan memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan demikian logistik adalah segala sesuatu baik itu berupa bahan, barang, alat, atau sarana yang digunakan untuk membantu kegiatan organisasi dalam rangka pencapaian tujuan (Siagian dalam Kasengkang et al., 2016). Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan pelayanan pengiriman barang adalah kepuasan pelanggan sebagai bentuk respon dari kualitas pelayanan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga dapat *survive* dalam meningkatkan dan menguasai pangsa pasar serta pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dapat dilakukan dalam waktu yang cepat dan lebih mudah. Oleh karena itu untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan, maka terlebih dahulu perusahaan jasa pengiriman tersebut harus bisa memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggannya tersebut.

Berbeda dengan industri manufaktur yang menghasilkan produk bersifat *tangible* (berwujud), pada industri jasa, perusahaan harus memiliki strategi yang tepat dalam merancang dan menjual jasa yang ditawarkan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas jasa dibanding jasa milik pesaing serupa. Karena dalam konteks industri jasa, perusahaan berinteraksi secara langsung dengan pelanggan ketika pelanggan tersebut memakai jasa perusahaan. Maka, pelanggan dapat menilai langsung akan baik atau buruknya kualitas dari jasa yang ditawarkan. Jika jasa yang ditawarkan memuaskan, pelanggan akan memuji perusahaan dan seterusnya akan memakainya. Di sisi lain, jika jasa yang ditawarkan dinilai pelanggan kurang atau buruk tentunya akan menurunkan niat pelanggan menggunakan jasa perusahaan tersebut. Dampaknya perusahaan akan kalah bersaing dengan kompetitor. Perusahaan harus mengerti apa yang menjadi keinginan pelanggan (*customer needs*) ketika menggunakan jasa tersebut. Dengan mengerti apa yang menjadi keinginan pelanggan maupun menerapkan *customer needs*, perusahaan dapat meningkatkan kualitas jasa yang ditawarkan sehingga pelanggan merasa puas ketika menggunakan jasa tersebut. Selain itu, dengan menerapkan keinginan pelanggan, perusahaan dapat memiliki nilai tambah tersendiri dalam bersaing dengan kompetitor serupa lainnya serta mencapai target yang telah ditentukan sebelumnya.

Kualitas pelayanan jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan atau pengunjung.

Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan atau pengunjung dan persepsi masyarakat terhadap pelayanan tersebut. Nilai kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Menurut Kotler (dalam Lupiyoadi, 2014:7), bahwa kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak. Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli / konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku tersebut bertujuan pada tercapainya kepuasan pelanggan itu sendiri. Sebuah pelayanan dapat dilakukan pada saat konsumen memilih produk maupun setelah selesai melakukan transaksi pembelian produk. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan karena akan menjadi pelanggan yang loyal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Lubis & Andayani, 2018), dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam. Menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Sucofindo Batam. Untuk menjaga kualitas layanan tersebut, maka ada beberapa pihak yang perlu memperhatikannya, antara lain penyedia layanan, pelayan, dan tentunya pelanggan itu sendiri (Rahmayanty, 2010). Kualitas layanan yang baik perlu dijaga agar tercipta kepuasan pelanggan dan

perusahaan bisa mempertahankan posisinya dalam persaingan bisnis sejenis. Tak terkecuali hal tersebut diharapkan oleh PT. Triplogic Semesta Raya Bandung.

PT. Triplogic Semesta Raya Bandung merupakan perusahaan berbasis teknologi yang menawarkan solusi logistik, *travel*, *e-commerce* dan mikro *loan* untuk UMKM dengan menggunakan aplikasi yang berbasis di Jakarta. Pusat dari setiap pelabuhan logistik di negara yang menghubungkan setiap kebutuhan klien kami disetiap kota. PT. Triplogic Semesta Raya menjadi perusahaan logistik permintaan yang paling cepat berkembang di Indonesia. Perusahaan yang memiliki kehadiran di 62 kota besar dengan tulang punggung logistik yang kuat dan rekam jejak yang sangat baik untuk kepuasan pelanggan terbaik.

PT. Triplogic Semesta Raya dengan layanan Triplogistik memiliki waktu minimum *Service Level Agreement (SLA)* di dalam kota dan luar kota untuk memberikan layanan dan pengalaman terbaik bagi pelanggan perusahaan. Dengan memiliki visi menjadi layanan logistik terbaik dan terbesar di Indonesia serta misi memberikan proses yang paling praktis, cepat, dan hemat biaya, menciptakan dampak sosial dalam melakukan bisnis dan *pioneer* dalam teknologi dan metode logistik untuk memberikan pengalaman terdepan bagi pelanggan kualitas pelayanan menjadi kunci utama dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

Sebagai perusahaan *start-up* di bidang logistik dengan perkembangan tercepat Triplogic memiliki beberapa kendala, salah satunya Triplogistik belum begitu dikenal oleh masyarakat Indonesia. Triplogistik lebih dikenal oleh para konsumen yang memiliki kepentingan *business to business* dibandingkan dengan konsumen tingkat akhir. Dan bentuk proses layanan yang masih belum dapat sepenuhnya memenuhi keinginan konsumen. Perlunya perancangan proses layanan

dibutuhkan Triplogistik untuk dapat memenuhi keinginan konsumen. Pelayanan Triplogistik ideal nya dapat lebih memikat, bersahabat, cepat, dan akurat, ini berarti orientasi layanan perusahaan harus didasarkan pada kebutuhan pengguna, antisipasi perkembangan teknologi informasi dan pelayanan yang ramah, dengan kata lain menempatkan pengguna sebagai salah satu faktor penting yang mempengaruhi kebijakan pada suatu perusahaan, kesan kaku pelayanan kurir harus dieliminir sehingga perusahaan berkesan lebih manusiawi. Dengan persaingan yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk dapat bertindak cepat dalam memenangkan persaingan dan mempersiapkan diri dengan segala ancaman yang ada. Semakin tinggi kebutuhan masyarakat akan industri jasa pengiriman barang juga menimbulkan banyak perusahaan yang bergerak pada industri ini berlomba agar dapat lebih unggul dari pesaing lainnya. Berikut ini adalah hasil pra penelitian terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Triplogic Semesta Raya Bandung pada layanan Triplogistik yang disebarkan kepada 30 pelanggan dengan cara memberikan pertanyaan dalam bentuk kuesioner.

Tabel 1.1
Hasil Tanggapan Pra Penelitian Terhadap Kualitas Pelayanan
PT. Triplogic Semesta Raya Bandung

No	Dimensi	Indikator	Jawaban Responden					Total Resp.	Total Skor	Rata-rata Skor	Kategori Jawaban
			1	2	3	4	5				
			STS	TS	CS	S	SS				
1	<i>Tangible</i>	Letak Kantor PT. Triplogic Semesta Raya Bandung Startegis	1	5	19	3	2	30	90	3.00	Cukup Setuju
		Fasilitas Ruang Tunggu Pelayanan Yang Nyaman	3	7	15	5		30	82	2.73	Cukup Setuju
		Fasilitas Parkir Luas	5	15	8	2		30	67	2.23	Tidak Setuju
		Kondisi PT. Triplogic Semesta Raya Bandung Bersih dan Nyaman	1	2	15	5	7	30	105	3.50	Setuju

Lanjutan Tabel 1.1

2	<i>Reliability</i>	Pengiriman Barang Tepat Waktu	2	3	9	9	7	30	106	3.53	Setuju
		Prosedur Pengiriman Yang Mudah		3	10	14	3	30	107	3.57	Setuju
		Barang Bebas Dari Kerusakan	2	5	11	5	7	30	100	3.33	Cukup Setuju
		Keakuratan Alat Timbangan	1	6	4	13	6	30	107	3.57	Setuju
		Kejelasan Informasi Status Pengiriman	2	3	5	13	7	30	110	3.67	Setuju
3	<i>Responsiveness</i>	Respon karyawan yang cepat	1	3	10	11	5	30	106	3.53	Setuju
		Karyawan yang sopan dan ramah	2	4	9	11	4	30	101	3.37	Setuju
4	<i>Assurance</i>	Garansi dan Jaminan	1	3	9	13	4	30	106	3.53	Setuju
5	<i>Empathy</i>	Harga pengiriman paket terjangkau	2	5	8	10	5	30	101	3.37	Setuju
Total Jumlah Skor									42.93	Cukup Setuju	
Total Skor Rata-rata									3.30		

Sumber : Hasil Olah Data Pra Penelitian, 2020

Berdasarkan tabel di atas, memperlihatkan kualitas pelayanan yang dilakukan pada layanan Triplogistik dengan rata-rata responden menjawab pada kategori jawaban cukup setuju. Ini dibuktikan dengan total nilai skor rata-rata sebesar 3.30 dari total skor sebesar 42.93. Kondisi ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dilakukan masih kurang optimal pada indikator letak kantor PT. Triplogic Semesta Raya Bandung startegis, faslitas ruang tunggu pelayanan yang nyaman, fasilitas parkir luas dan barang bebas dari kerusakan. Dengan kondisi demikian, PT. Triplogic Semesta Raya perlu melakukan perbaikan atas kualitas jasa saat ini, karena perbaikan tersebut sangat penting dilakukan untuk dapat memenuhi keinginan pelanggan sebagai upaya untuk menciptakan kepuasan yang pada akhirnya akan menimbulkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Dalam melakukan perbaikan – perbaikan pada kualitas jasa pelayanan dapat menggunakan metoda *Quality Function Deployment (QFD)*.

Quality Function Deployment (QFD) adalah metode perencanaan dan pengembangan produk/jasa secara terstruktur yang memungkinkan tim pengembang mendefinisikan secara jelas kebutuhan dan harapan tersebut dan mengevaluasi kemampuan produk atau jasa secara sistematis untuk memenuhi kebutuhan dan harapan tersebut (Cohen, 2005). Model *Quality Function Deployment* (QFD) adalah salah satu alat pemetaan yang sering digunakan untuk menganalisis harapan pengguna jasa. Harapan pengguna jasa PT. Triplogic Semesta Raya dalam model QFD dipetakan langsung dengan proses perbaikan yang bersifat teknis menggunakan matriks rumah mutu. Dengan peta matriks *House Of Quality* (HOQ) diharapkan upaya perbaikan yang dirumuskan oleh tim manajemen layanan Triplogistik dapat langsung menjawab harapan pengguna jasa dan dapat memberikan pilihan keputusan perbaikan yang tepat berdasarkan bobot prioritasnya. QFD juga diharapkan dapat berfungsi sebagai alat komunikasi sederhana yang dipahami oleh semua pihak yang bertanggung jawab pada masing-masing proses pelayanan pengiriman barang. Nasution (dalam Suhendar & Suroto, 2014) menambahkan bahwa *Quality Function Deployment* (QFD) adalah suatu proses atau mekanisme terstruktur untuk menentukan kebutuhan pelanggan dan menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan itu ke dalam kebutuhan teknis yang relevan, dimana masing-masing area fungsional dan level organisasi dapat mengerti dan bertindak.

Quality Function Deployment (QFD) merupakan metode peningkatan kualitas yang berorientasi pada keinginan pelanggan (*customer requirements*) dengan menerjemahkan apa saja yang menjadi permintaan pelanggan sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan terhadap jasa yang ditawarkan

menggunakan alat bantu utama *House Of Quality* (HOQ) . Sedangkan menurut Wijaya (2018) bahwa *Quality Function Deployment* (QFD) yaitu alat yang berfungsi menerjemahkan harapan dan keinginan pelanggan ke dalam produk/jasa.

Diharapkan, penelitian ini dapat membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh PT. Triplogic Semesta Raya Bandung pada jenis layanan jasa Triplogistik dalam mengidentifikasi lebih dalam lagi *customer needs* yang diutamakan. Sehingga, layanan Triplogistik yang dimiliki PT. Triplogic Semesta Raya Bandung dapat meningkatkan kualitas pelayanan jasa pengiriman yang diberikan dibandingkan dengan kompetitor dan mencapai target pelanggan. Berdasarkan uraian di atas, penulis melakukan penelitian mengenai pengembangan strategi dan implementasi dengan judul : **“Perancangan Proses Layanan Kurir Berdasarkan Keinginan Pelanggan Dengan *Quality Function Deployment* Pada PT. Triplogic Semesta Raya Bandung“**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada maka identifikasi masalah yang akan diteliti oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dimensi apa saja yang diinginkan oleh pelanggan dalam proses pelayanan Triplogistik pada PT. Triplogic Semesta Raya Bandung?
2. Bagaimana perbaikan perancangan proses layanan Triplogistik pada PT. Triplogic Semesta Raya Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada maka tujuan penelitian yang akan dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan dimensi apa saja yang diinginkan oleh pelanggan dalam proses pelayanan pada layanan Triplogistik pada PT. Triplogic Semesta Raya Bandung.
2. Untuk menganalisis dan menjelaskan perbaikan perancangan proses layanan Triplogistik pada PT. Triplogic Semesta Raya Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari permasalahan dan tujuan penelitian, penulis berharap agar hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi PT. Triplogic Semesta Raya
Sebagai bahan masukan bagi perusahaan yang diharapkan dapat dipergunakan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan Triplogistik yang diberikan kepada pelanggan dan dapat menjadi acuan bagi perusahaan dalam mempertahankan dan menciptakan loyalitas pelanggan.
2. Bagi Penulis
Sebagai salah satu sarana pembelajaran dalam menyusun dan melakukan penelitian resmi, dan memperdalam wawasan terhadap topik kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan secara umum.
3. Bagi Pihak Lain
Sebagai referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan manajemen operasional dan manajemen pemasaran. Selain itu juga diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti lain yang mengadakan penelitian dengan bidang kajian yang sama, sebagai bahan perbandingan dalam melakukan penelitian.