

**UPAYA PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN  
MENGUNAKAN ALAT BANTU RUMAH KUALITAS  
PADA PERUSAHAAN SANOCARE PEST CONTROL BANDUNG**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

**Oleh**

**Vanessa Nathania**

**2014120026**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
Terakreditasi Berdasarkan Keputusan BAN-PT  
Nomor: 227/SK/BAN-PT/AK-XVII/S/XI/2013  
BANDUNG  
2018**

**AN EFFORT TO IMPROVE SERVICE QUALITY  
USING HOUSE OF QUALITY TOOLS  
AT SANOCARE PEST CONTROL COMPANY BANDUNG**



**UNDERGRADUATE THESIS**

**Submitted to fulfill one of the requirements  
to obtain a Bachelor Degree in Economics**

**Author  
Vanessa Nathania  
2014120026**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMICS  
MANAGEMENT PROGRAM  
Accredited based on the Decree of BAN-PT  
No. 227/SK/BAN-PT/AK-XVI/S/XI/2013  
BANDUNG  
2018**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



**UPAYA PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN  
MENGUNAKAN ALAT BANTU RUMAH KUALITAS  
PADA PERUSAHAAN SANOCARE PEST CONTROL BANDUNG**

Oleh  
Vanessa Nathania  
2014120026

PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Januari 2018

Ketua Program Studi Manajemen

Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si.

Pembimbing,

Dr. Maria Merry Marianti, Dra., M.Si.

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Vanessa Nathania  
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 16 September 1996  
Nomor Pokok : 2014120026  
Program Studi : Manajemen  
Jenis naskah : Skripsi

### JUDUL

## UPAYA PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN MENGUNAKAN ALAT BANTU RUMAH KUALITAS PADA PERUSAHAAN SANOCARE PEST CONTROL BANDUNG

Dengan Pembimbing : Dr. Maria Merry Marianti, Dra., M.Si.

### SAYA MENYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut plagiat (*plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70: Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,  
Dinyatakan tanggal: 18 Desember 2017  
Pembuat pernyataan: Vanessa Nathania



(Vanessa Nathania)

## ABSTRAK

Perusahaan Sanocare Pest Control (SPC) merupakan perusahaan jasa yang melayani pengendalian hama di area residensial, komersial, dan industri yang meliputi nyamuk, kecoa, lalat, semut, serangga, rayap, dan tikus. Perusahaan SPC terletak di Jl. Kebonjati no. 27 Kav. 3A, Bandung. Untuk mengetahui masalah yang terjadi diperusahaan, dilakukan penyebaran kuesioner pendahuluan kepada 30 pelanggan dan diketahui bahwa ada kesenjangan antara kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan oleh Perusahaan SPC, yaitu: pestisida yang digunakan belum ampuh untuk mengatasi masalah hama, Perusahaan SPC belum mampu memberikan solusi hama dengan tepat, Perusahaan SPC kurang cekatan dalam menanggapi keluhan pelanggan, Perusahaan SPC belum memberikan garansi pelayanan pada pelanggan, dan teknisi Perusahaan SPC tidak datang ke tempat sesuai dengan jam yang telah ditentukan. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian lebih lanjut untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada Perusahaan SPC agar pelanggan lebih puas.

Perusahaan dapat menggunakan Manajemen Kualitas Total (*Total Quality Management*=TQM) untuk menghasilkan kualitas dari pelayanan yang diberikannya, salah satu alat bantuannya yaitu Fungsi Penyebaran Kualitas (*Quality Function Deployment*=QFD). Fungsi Penyebaran Kualitas memiliki alat bantu yang disebut Rumah Kualitas (*House of Quality*=HoQ). Rumah Kualitas adalah teknik grafis untuk menjelaskan hubungan antara keinginan pelanggan dengan produk dan jasa sehingga perusahaan dapat mengetahui karakteristik apa saja yang dianggap penting bagi pelanggan dan bagaimana mewujudkannya ke dalam pelayanan perusahaan. Di dalam penelitian ini, digunakan 5 dimensi kualitas jasa untuk mengukur nilai harapan dan kenyataan yang diperoleh oleh pelanggan. Dimensi tersebut adalah bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati.

Dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif untuk mengumpulkan data yang menjelaskan karakteristik dari objek. Jenis penelitian ini adalah penelitian terapan yang bertujuan menerapkan hasil penelitian untuk menyelesaikan masalah spesifik yang sedang dialami di dalam perusahaan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 65 pelanggan yang dikategorikan sebagai perusahaan komersial yang pernah dan sedang menggunakan jasa Perusahaan SPC mulai bulan Januari 2017 sampai dengan September 2017. Indikator variabel yang digunakan adalah dimensi Kualitas Pelayanan atau *Service Quality* (*SERVQUAL*).

Hasil kuesioner penelitian memberikan 23 karakteristik kebutuhan pelanggan. Dari 23 karakteristik kebutuhan pelanggan, seluruh indikator variabel dinilai sangat penting oleh pelanggan, namun kesenjangan pada setiap dimensi masih bernilai negatif. Tingkat kepentingan setiap dimensi sesuai urutan: Keandalan (4,58), Ketanggapan (4,56), Jaminan (4,53), Empati (4,49), dan Bukti Fisik (4,46). Tingkat kinerja setiap dimensi sesuai urutan: Empati (3,84), Bukti Fisik (3,83), Jaminan (3,80), Ketanggapan (3,76), dan Keandalan (3,73). Kesenjangan pada setiap dimensi sesuai urutan: Keandalan (-0,85), Ketanggapan (-0,80), Jaminan (-0,73), Empati (-0,65), dan Bukti Fisik (-0,63). Prioritas perbaikan dan pengembangan yang sebaiknya dilakukan Perusahaan SPC berdasarkan kepentingan relatif terbesar: manajer memberikan pelatihan berkala kepada karyawan sesuai bidang pekerjaan karyawan (15,47%), menetapkan standar sikap dan perilaku karyawan (8,29%), menggunakan pestisida dan peralatan yang cocok dengan jenis hama yang akan dibasmi (6,63%), melakukan diskusi antar Manajer dan Supervisor untuk memberikan solusi kepada pelanggan (6,63%), dan memberi tanggung jawab kepada Staf *Customer Service* untuk menanggapi telepon atau sms dari pelanggan (6,63%).

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian, saran yang diharapkan dapat dijadikan masukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan antara lain: memperbaiki kinerja yang kurang sesuai dengan harapan pelanggan, melakukan evaluasi kinerja secara rutin dengan cara membuat kuesioner kepuasan pelanggan dan *form* kritik dan saran, meningkatkan pelayanan pada karakteristik teknik yang memiliki penilaian kurang baik dan melakukan prioritas perbaikan dan pengembangan pada karakteristik teknik dengan nilai kepentingan relatif terbesar.

## ABSTRACT

*Sanocare Pest Control (SPC) is a service company that serving pest control service in residential, commercial, and industrial areas that includes mosquitoes, cockroaches, flies, ants, insects, termites and rats. The SPC Company is located at Jl. Kebonjati no. 27 Kav. 3A, Bandung. First, to know the problem that happened in the company, the preliminary questionnaires were distributed to 30 customers and there was a gap between customer's need and expectation with the service provided by SPC Company, those are: the used of pesticide is not yet effective to solve the pest problem, SPC Company has not been able to provide solution for the pest problem appropriately, SPC Company is not really responsive in responding the customer complaints, SPC Company has not provided customer service warranty, and SPC Company's technicians do not come to the place according to the specified hours. Therefore, the authors do further research to improve the quality of SPC Company's service for making customers become more satisfied.*

*Company can use Total Quality Management (TQM) to produce the quality of the services it provides, one of its tools is Quality Function Deployment (QFD). The Quality Function Deployment has a tool called House of Quality (HoQ). House of Quality is a graphic technique to explain the relationship between customer's desires with the products so that the company can know what characteristics that are important to customers and how to make it through the services. In this research, 5 dimensions of service quality are used to measure the value of expectation and reality obtained by the customer. The dimensions are tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy.*

*This research use descriptive method to collect data that explains the characteristics of the object. The type of research is applied research that aims to apply the research results to solve specific problems that are being experienced within the company. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires to 65 customers categorized as commercial companies that have been and are currently using SPC Company services starting from January 2017 to September 2017. Variable indicators used is Service Quality (SERVQUAL) dimensions.*

*The result of the research questionnaire provides 23 characteristics of customer needs. Of the 23 characteristics of customer needs, all indicator variables considered very important by customers, but the gap in each dimension is still negative. The importance of each dimension is: Reliability (4.58), Responsiveness (4.56), Assurance (4.53), Empathy (4.49), and Tangibles (4.46). The performance level of each dimension is: Empathy (3.84), Tangibles (3.83), Assurance (3.80), Responsiveness (3.76), and Reliability (3.73). The gap in each dimension is: Reliability (-0.85), Responsiveness (-0.80), Assurance (-0.73), Empathy (-0.65), and Tangibles (-0.63). Priority for improvement and development of SPC companies based on the greatest relative importance: managers provide a periodic training to the employees according to the employee's field of work (15.47%), set employee standards and behavior (8.29%), use suitable pesticides and equipment with the pests (6.63%), do some discussions between Manager and Supervisor to provide solutions to customers (6.63%), and assigning responsibility to Customer Service Staff to respond to calls or text from customers (6.63 %).*

*Based on the conclusion of the result, the expected suggestions that can be used as input in improving the quality of service of the company are: to improve the performance that is not in accordance with the customer expectation, do a routine performance evaluation by making a questionnaire, critic and suggestion form, improve service on technical characteristics that have poor assessment and prioritize improvement and development on technical characteristics with the greatest relative importance value.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan anugerahNya telah memimpin penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Menggunakan Alat Bantu Rumah Kualitas Pada Perusahaan Sanocare Pest Control Bandung”** sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi di Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan selesai tepat pada waktunya. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Papi Sujono dan Mami Hanalia Tanu yang sudah membesarkan dan mendidik penulis. Terimakasih untuk doa, kasih sayang, dan dukungan yang tidak henti-hentinya kepada penulis sampai saat ini.
2. Bapak Prof. Dr. Hamfri Djajadikerta, Drs., Ak., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
3. Ibu Triyana Iskandar, Dra., Msi. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
4. Ibu Dr. Maria Merry Marianti, Dra., Msi., selaku dosen pembimbing penulis. Terima kasih atas waktu, tenaga, bimbingan, nasihat, dan motivasi yang telah ibu berikan kepada penulis.
5. Ibu Catharina Tan selaku dosen wali penulis yang telah memberikan saran dan arahan kepada penulis selama menempuh studi di Universitas Katolik Parahyangan.
6. Para dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan kepada penulis selama mengikuti proses belajar di Universitas Katolik Parahyangan.
7. Seluruh karyawan tata usaha, perpustakaan, dan pekarya Fakultas Ekonomi Universitas Parahyangan atas segala bantuan yang telah diberikan dari penulis masuk kuliah sampai selesainya.
8. Karyawan Sanocare Pest Control, Bapak Anto, Bapak Ratno, Bapak Itang, Bapak Abe, dan Mba Ai yang telah meberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Sanocare Pest Control. Terima kasih telah membantu penulis, meluangkan waktu, dan memberikan data-data yang diperlukan penulis untuk tercapainya penulisan skripsi ini.

9. Yonathan Nurliawan yang telah memberikan doa, dukungan agar cepat menyelesaikan skripsi, membantu mengantar penulis mendatangi responden, dan waktu bermainnya yang dihabiskan untuk menemani penulis menyelesaikan skripsi.
10. Ci Caroline Anastasia yang selalu menyemangati penulis dan teman-teman seperjuangan lainnya dalam menyelesaikan kuliah di UNPAR. Terima kasih untuk doa dan dukungan cici untuk kami semua.
11. Francisca Angelina, Michael, Jessica Aprilia, Jimmy Santoso, Andre Johansyah, Niel Fiandio, dan Nova Trisnawaty, Vanessa Livia sebagai teman seperjuangan selama berkuliah di UNPAR.
12. Teman-teman SMP, Cornelia Chen-Chen, Desi Karolin, Jessica Natasha, Liesly Felicity, Evelyn Nathania, dan Felicia Pei yang sudah memberikan doa, dukungan, dan waktunya di kala penulis butuh penghiburan dalam mengerjakan skripsi.
13. Teman-teman lainnya, yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Terimakasih atas doa dan dukungan kalian semua.

Kiranya Tuhan Yang Maha Esa melimpahkan berkatNya kepada semua pihak yang sudah menjadi bagian hidup penulis. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Bandung, Januari 2018

Vanessa Nathania



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b>	iv
<b>ABSTRACT</b>	v
<b>KATA PENGANTAR</b>	vi
<b>DAFTAR ISI</b>	viii
<b>DAFTAR TABEL</b>	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	xiii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	3
1.4 Kerangka Pemikiran	3
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	6
2.1 Pengertian Manajemen Operasi	6
2.2 Jenis-jenis Penawaran	6
2.3. Jasa	7
2.3.1 Pengertian Jasa	7
2.3.2 Karakteristik Jasa	7
2.4 Kualitas	8
2.4.1 Pengertian Kualitas	8
2.4.2 Dampak Kualitas	8
2.4.3 Dimensi Kualitas Jasa	10
2.4.4 Kesenjangan Kualitas	10
2.5 Manajemen Kualitas Total	12
2.5.1 Pengertian Manajemen Kualitas Total	12
2.5.2 Konsep Manajemen Kualitas Total	12
2.5.3 Alat Bantu Manajemen Kualitas Total	14
2.6 Fungsi Penyebaran Kualitas	14
2.6.1 Pengertian Fungsi Penyebaran Kualitas	14
2.6.2 Manfaat Fungsi Penyebaran Kualitas	15
2.7 Rumah Kualitas	16
2.7.1 Pengertian Rumah Kualitas	16
2.7.2 Struktur Rumah Kualitas	16
2.7.3 Langkah-langkah Penyusunan Rumah Kualitas	18
<b>BAB 3. METODE DAN OBJEK PENELITIAN</b>	19
3.1. Metode Penelitian	19
3.1.1 Jenis Penelitian	19
3.1.2 Teknik Pengumpulan Data	19
3.1.3 Langkah-langkah Penelitian	20
3.1.4 Populasi Penelitian	21
3.1.5 Ukuran Sampel	21
3.1.6 Operasionalisasi Variabel	22
3.1.7 Skala Pengukuran	24
3.1.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	24
3.2. Objek Penelitian	25
3.2.1 Gambaran Perusahaan	25

3.2.2	Produk yang Dihasilkan Perusahaan	27
3.2.3	Bagan Organisasi Perusahaan	27
3.2.4	Jadwal Kerja dan Tenaga Kerja Perusahaan	29
<b>BAB 4.</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>30</b>
4.1	Identifikasi Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	30
4.1.1	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	30
4.1.2	Modus Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	31
4.2	Penilaian Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	32
4.2.1	Rata-rata Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	32
4.2.2	Penilaian Pelanggan Terhadap Kinerja Perusahaan SPC	34
4.2.3	Kesenjangan Antara Tingkat Kepentingan Dengan Tingkat Kinerja	36
4.2.4	Penentuan Nilai Target Kinerja Perusahaan	38
4.2.5	Rasio Peningkatan Kinerja Perusahaan	39
4.3	Karakteristik Teknik Perusahaan SPC	42
4.4	Hubungan antara Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan dengan Karakteristik Teknik Perusahaan SPC	46
4.5.	Hubungan antar Karakteristik Teknik Perusahaan SPC	50
4.6.	Hal-hal yang Sebaiknya Dilakukan untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Perusahaan SPC	52
4.6.1	Penilaian Karakteristik Teknik dan Arah Perbaikan	52
4.6.2	Menentukan Target dan Tingkat Kesulitan Perusahaan	54
4.6.3	Tingkat Kepentingan Absolut dan Tingkat Kepentingan Relatif	57
<b>BAB 5</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>68</b>
5.1	Kesimpulan	68
5.2.	Saran	76
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
	<b>LAMPIRAN</b>	
	<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS</b>	

## DAFTAR TABEL

	Hal	
Tabel 3.1	Kelompok Pelanggan Perusahaan SPC	21
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Pelayanan Jasa	23
Tabel 3.3	Ukuran Variabel untuk Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	24
Tabel 3.4	Ukuran Variabel untuk Tingkat Kinerja Perusahaan SPC	24
Tabel 3.5	Jenis Pelanggan dan Harga Produk	27
Tabel 3.6	Jadwal Kerja Karyawan	29
Tabel 3.7	Jabatan Karyawan dan Jumlahnya	29
Tabel 4.1	Rata-rata Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	31
Tabel 4.2	Rata-rata Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Berdasarkan Dimensi	33
Tabel 4.3	Rata-rata Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Berdasarkan Dimensi Sesuai Urutan	34
Tabel 4.4	Rata-rata Tingkat Kinerja Perusahaan SPC	34
Tabel 4.5	Rata-rata Tingkat Kinerja Perusahaan SPC Berdasarkan Dimensi Sesuai Urutan	35
Tabel 4.6	Perbandingan Karakteristik Kinerja dengan Harapan Pelanggan	36
Tabel 4.7	Kesenjangan Antara Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Berdasarkan Dimensi Sesuai Urutan	38
Tabel 4.8	Nilai Target Kinerja Perusahaan SPC	38
Tabel 4.9	Rasio Peningkatan Karakteristik Kebutuhan Pelanggan	40

Tabel 4.10	Persentase Peningkatan Karakteristik Kebutuhan Pelanggan Sesuai Urutan	41
Tabel 4.11	Karakteristik Teknik Perusahaan	43
Tabel 4.12	Hubungan Antara Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan dengan Karakteristik Teknik Perusahaan	46
Tabel 4.13	Hubungan antar Karakteristik Teknik Perusahaan SPC	51
Tabel 4.14	Penilaian Karakteristik Teknik Perusahaan dan Arah Perbaikan	52
Tabel 4.15	Target Karakteristik Teknik dan Tingkat Kesulitan	54
Tabel 4.16	Nilai Kepentingan Absolut	58
Tabel 4.17	Tingkat Kepentingan Absolut dan Tingkat Kepentingan Relatif	64
Tabel 4.18	Tingkat Kepentingan Absolut dan Tingkat Kepentingan Relatif Sesuai Urutan	65

## DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2.1 <i>Two Ways Quality Improves Profitability</i>	9
Gambar 2.2 <i>Perceived Service Quality</i>	10
Gambar 2.3 <i>The Customer Gap</i>	11
Gambar 2.4 <i>PDCA Cycle</i>	13
Gambar 2.5 <i>The House of Quality</i>	17
Gambar 3.1 Bagan Langkah-Langkah Penelitian	21
Gambar 3.2 Proses Pelayanan pada Perusahaan SPC	25
Gambar 3.3 Bagan Organisasi Perusahaan SPC	27

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Foto-Foto Perusahaan SPC
- Lampiran 2 Daftar Perusahaan Kategori Komersial Periode Januari 2017 s.d. September 2017
- Lampiran 3 Wawancara dengan Manajer Perusahaan SPC
- Lampiran 4 Kuesioner Pendahuluan dan Hasil
- Lampiran 5 Kuesioner
- Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Terhadap 30 Responden
- Lampiran 7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Terhadap 100 Responden
- Lampiran 8 Profil Responden
- Lampiran 9 Data Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan
- Lampiran 10 Data Hasil Kuesioner Tingkat Kinerja Perusahaan SPC
- Lampiran 11 Standar Sikap dan Perilaku Karyawan
- Lampiran 12 Standar Penampilan Karyawan (*Grooming Standard*)
- Lampiran 13 Rumah Kualitas untuk Perusahaan SPC

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini, persaingan yang semakin ketat dalam dunia jasa membuat perusahaan jasa harus mencari cara untuk bertahan dan berkembang. Di sisi lain, masyarakat saat ini mulai beralih menjadi masyarakat yang semakin kritis sehingga menimbulkan semakin besarnya tuntutan untuk mendapatkan barang dan jasa yang berkualitas. Komitmen akan kualitas merupakan salah satu faktor utama dalam menunjang keberhasilan sebuah perusahaan. Hal ini disebabkan karena kualitas bergantung bagaimana barang atau jasa diberikan. Keberhasilan dari suatu perusahaan jasa tergantung dari penilaian pelanggan, maka dari itu perlu untuk memperhatikan kepuasan dari pelanggan.

Kondisi tempat yang bersih dan nyaman merupakan hal penting yang harus diperhatikan. Faktor yang membuat pelanggan merasa tidak nyaman untuk mengunjungi suatu tempat salah satunya disebabkan karena adanya hama pengganggu seperti tikus, nyamuk, kecoa, semut, lalat, dan hama lainnya. Untuk mengatasi masalah tersebut maka dibutuhkan tenaga ahli dalam mengendalikan hama, yaitu jasa pengendalian hama (*pest control*). Pengendalian hama (*pest control*) adalah suatu proses usaha untuk mengurangi dan atau mematikan berbagai serangga dan hama yang sifatnya mengganggu atau merusak atau yang tidak diinginkan baik itu berada di lingkungan rumah tangga, industri ataupun komersial (<http://ahlipest.co.id/>). Salah satu perusahaan jasa pengendalian hama di Bandung adalah Perusahaan Sanocare Pest Control. Selanjutnya, nama perusahaan ini akan disingkat menjadi Perusahaan SPC. Perusahaan SPC adalah perusahaan jasa yang melayani pengendalian hama pemukiman yang mengganggu kenyamanan dan kesehatan lingkungan di area residensial, komersial, dan industri yang meliputi nyamuk, lalat, kecoa, semut, rayap, dan tikus. Masalah yang dihadapi Perusahaan SPC dari hasil pengamatan yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pendahuluan kepada 30 pelanggan Perusahaan SPC adalah sebagai berikut:

- Pestisida yang digunakan Perusahaan SPC belum mampu untuk mengatasi masalah hama.
- Perusahaan SPC belum mampu memberikan solusi hama dengan tepat.
- Perusahaan SPC kurang cekatan dalam menanggapi keluhan pelanggan.

- Perusahaan SPC belum memberikan garansi pelayanan pada setiap pelanggan.
- Teknisi Perusahaan SPC tidak datang ke tempat pelanggan sesuai dengan jam yang telah ditentukan.

Selain itu, masalah yang dihadapi perusahaan adalah kesulitan dalam memeriksa lembar penilaian teknisi kepada pelanggan karena mayoritas pelanggan tidak mengisi lembar penilaian teknisi sehingga perusahaan merasa kesulitan dalam mengukur harapan pelanggan terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan hasil kuesioner pendahuluan tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Menggunakan Alat Bantu Rumah Kualitas Pada Perusahaan Sanocare Pest Control Bandung”**.

Perusahaan menganggap kinerjanya sudah baik, namun bisa saja belum memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang sebenarnya. Begitu juga dengan pelanggan Perusahaan SPC akan memiliki harapan mengenai kualitas pelayanan yang dirasakan dan diterima dari perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk membantu Perusahaan SPC dalam meningkatkan kualitas pelayanan mereka sehingga kinerja perusahaan bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan terpenuhinya kebutuhan dan keinginan pelanggan maka tingkat kepuasan pelanggan meningkat dan pelanggan akan menjadi setia.

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan topik yang diteliti, permasalahan yang akan dibahas yaitu:

1. Karakteristik kebutuhan dan keinginan apa saja yang dinilai penting oleh pelanggan Perusahaan SPC?
2. Bagaimana penilaian pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan Perusahaan SPC?
3. Karakteristik teknik apa saja yang seharusnya diberikan Perusahaan SPC untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya?
4. Bagaimana hubungan antara karakteristik kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan karakteristik teknik Perusahaan SPC?
5. Bagaimana hubungan antar setiap karakteristik teknik Perusahaan SPC?
6. Hal-hal apa saja yang sebaiknya menjadi prioritas Perusahaan SPC untuk ditingkatkan agar dapat memenuhi harapan pelanggan?



### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan yang hendak dicapai yaitu agar perusahaan:

1. Mengetahui karakteristik kebutuhan dan keinginan yang dinilai penting oleh pelanggan Perusahaan SPC.
2. Mengetahui penilaian pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan Perusahaan SPC.
3. Menentukan karakteristik teknik apa saja yang seharusnya diberikan Perusahaan SPC untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya.
4. Mengetahui hubungan antara karakteristik kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan karakteristik teknik Perusahaan SPC.
5. Mengetahui hubungan antar setiap karakteristik teknik Perusahaan SPC.
6. Mengetahui hal-hal apa saja yang sebaiknya menjadi prioritas Perusahaan SPC untuk ditingkatkan agar dapat memenuhi harapan pelanggan.

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak diantaranya:

1. Perusahaan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berguna dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dan menjadi sebuah panduan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan di masa yang akan datang.

2. Penulis.

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai manajemen operasi, khususnya dalam hal peningkatan kualitas pelayanan, sehingga penulis dapat menerapkan teori-teori yang telah didapatkan ke dalam aktivitas suatu perusahaan.

3. Pihak lain.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan yang bermanfaat serta tambahan informasi bagi pihak yang ingin membuka usaha di bidang jasa pengendalian hama dan menjadi bahan referensi mengenai cara merancang kualitas pelayanan suatu perusahaan jasa.

### **1.4 Kerangka Pemikiran**

Usaha yang bergerak di bidang jasa dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, untuk itu perusahaan harus berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan baik dari segi kualitas barang maupun pelayanan yang

diberikan. Kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan pelanggan serta membantu menghasilkan nilai yang lebih superior (Goetsch dan Davis, 2014: 5). Perusahaan yang mampu menghasilkan barang dan jasa yang berkualitas akan dapat menciptakan keunggulan kompetitif dibandingkan dengan pesaingnya dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan Perusahaan SPC digunakan lima dimensi kualitas jasa berdasarkan model SERVQUAL yang dipopulerkan oleh Valerie A. Zeithaml, A. Parasuraman, dan Leonard L. Berry (Zeithaml, et.al, 1990: 26), yaitu:

1. *Tangibles: appearance of physical facilities, equipment, personel, and communication materials.*
2. *Reliability: ability to perform the promised service dependably and accurately.*
3. *Responsiveness: willingness to help customers and provide prompt service.*
4. *Assurance: knowledge and courtesy of employees and their ability to convey trust and confidence.*
5. *Empathy: caring, individualized attention the firm provides it's customer.*

Lima dimensi kualitas jasa di atas digunakan sebagai dasar untuk menguraikan karakteristik kebutuhan dan keinginan pelanggan. Faktor-faktor yang dianggap penting bagi pelanggan dijadikan sebagai karakteristik kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sedangkan faktor-faktor yang dianggap penting dalam meningkatkan kinerja Perusahaan SPC dijadikan sebagai sebuah karakteristik teknik perusahaan.

Harapan pelanggan yang tidak sesuai dengan kenyataan pelayanan yang dirasakan pelanggan dapat menciptakan kesenjangan pada kualitas jasa. Dalam hal ini ada lima kesenjangan yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi kualitas, yaitu (Zeithaml, Bitner, and Gremler, 2013: 45):

- Gap 1: *The listening gap*
- Gap 2: *The service design and standards gap*
- Gap 3: *The service performance gap*
- Gap 4: *The communication gap*
- Gap 5: *The customer gap*

Dalam penelitian ini hanya mengukur kesenjangan (Gap) 5 yaitu kesenjangan antara persepsi dan harapan pelanggan.

Untuk meningkatkan kualitas dari jasa yang dihasilkannya, perusahaan dapat menggunakan Manajemen Kualitas Total (*Total Quality Management=TQM*).

Manajemen Kualitas Total adalah salah satu pendekatan untuk melakukan perbaikan terus-menerus dan memiliki dampak besar pada organisasi dengan menjadikan pelanggan sebagai inti keputusan dan peningkatan kualitas (Johnston dan Clark, 2005: 388). Manajemen Kualitas Total memiliki salah satu alat bantu yaitu metode Fungsi Penyebaran Kualitas (*Quality Function Deployment=QFD*). “QFD is a specialized method for making customer needs/wants important components of the design and production of the product or service” (Goetsch and Davis, 2014: 310).

Penerapan metode Fungsi Penyebaran Kualitas dapat membantu perusahaan untuk menentukan kebutuhan dan keinginan pelanggan dan menerjemahkannya ke dalam barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan. Perusahaan juga dapat mengetahui apakah kinerja perusahaan sudah memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan atau belum. Jika kinerja perusahaan belum memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka sebaiknya perusahaan dapat melakukan perbaikan dan pengembangan produk dan kualitas pelayanannya agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Alat bantu Fungsi Penyebaran Kualitas yaitu Rumah Kualitas (*House of Quality=HoQ*). “House of Quality is a part of the quality function deployment processes that utilizes a planning matrix to relate customer “wants” to how the firms going to meet those “wants”” (Heizer, et.al, 2017: 166).

Dengan menggunakan metode Rumah Kualitas yang berawal dari suara pelanggan, perusahaan dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga perusahaan mendapat masukan bagaimana mewujudkan kebutuhan dan keinginan pelanggan tersebut ke dalam barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Dengan mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan, perusahaan juga akan mampu meningkatkan kualitas barang atau jasanya sehingga pelanggan menjadi puas sehingga perusahaan dapat memiliki keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) dibandingkan dengan pesaingnya.