

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang penelitian**

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas. Suatu perusahaan harus bekerja keras membuat kebijakan-kebijakan strategis baru dalam menjual produk dan jasa mereka dalam kaitannya menghadapi persaingan yang ketat dengan *competitor* yang dapat memberikan *value* yang lebih besar kepada *customer*. Pada dasarnya dengan semakin banyaknya pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang menjadi harapannya. Sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar dalam menghadapi setiap produk yang diluncurkan di pasar.

Dalam perkembangan selanjutnya, maka konsumen menjadi faktor kunci penentu atas keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan didalam memasarkan produknya. Perusahaan harus mampu mengenali secara dini apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen saat ini maupun masa yang akan datang. Seorang manajer pemasaran harus mampu mempunyai

pengetahuan yang seksama tentang perilaku konsumen agar dapat memberikan definisi pasar yang baik untuk mengikuti perubahan yang terus-menerus ini, serta untuk merancang bauran pemasaran yang tepat.

Di era globalisasi ini menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan yang beroperasi di Indonesia, dimana dengan adanya era globalisasi akan dapat memperluas pasar produk dari perusahaan Indonesia dan disisi lain keadaan tersebut akan memunculkan persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, perusahaan harus pandai menghadapi persaingan, pengembangan usaha dan untuk mendapatkan laba sehingga perusahaan dapat mengembangkan produknya, menetapkan harga, mengadakan promosi dan mendistribusikan produk dengan efektif.

Perusahaan yang bertujuan memberikan kepuasan tertinggi bagi konsumen akan berusaha menetapkan strategi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Upaya ke arah itu dilakukan melalui studi atau penelitian dengan maksud mencari sejumlah informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian suatu produk.

Masyarakat kini mulai berpikir selektif dan pintar dalam memilih suatu produk, sehingga mereka akan mendapatkan kegunaan atau manfaat yang mereka cari dari sebuah produk. Bahkan, terkadang mereka tidak ragu untuk mengeluarkan biaya lebih untuk mendapatkan produk yang berkualitas

Dengan semakin selektif dan pintarnya konsumen dalam memilih suatu produk, maka perusahaan dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan zaman sehingga mampu mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya.

Perusahaan pun semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target volume penjualan. Dengan demikian, setiap perusahaan harus memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya (Tjiptono, 2003:56).

Di samping itu pihak manajemen perusahaan harus mampu mengindikasikan dengan akurat kompetisi yang terjadi di pasar dan bagaimana strategi yang harus diterapkan oleh perusahaan untuk memenangkan persaingan tersebut. Dalam rangka menyediakan nilai bagi konsumen perusahaan perlu mengembangkan produk yang benar-benar bernilai, artinya produk tersebut tidak hanya memenuhi selera konsumen melainkan juga harus tersedia harga yang layak, kualitas barang yang baik dan terjangkau oleh konsumen yang menjadi pangsa pasar perusahaan.

Perencanaan produk yang dihasilkan oleh perusahaan harus benar-benar sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, produk yang dihasilkan harus mencerminkan kualitas yang baik. Hal tersebut harus bertujuan dengan perusahaan yang mana produk yang dihasilkan dapat diterima dan sesuai dengan kebutuhan konsumen dan dapat memuaskan konsumen. Karena produk merupakan titik sentral dari kegiatan pemasaran, keberhasilan perusahaan dapat diketahui dari respon yang ditunjukkan oleh konsumen.

Karena nilai kualitas merupakan gambaran dari sebuah produk untuk konsumen maka dapat diramalkan jika gambaran produk menurut konsumen

negatif, produk tidak akan disukai dan bertahan lama dipasar. Sebaliknya, jika gambaran pelanggan positif, produk akan disukai, dengan beranggapan bahwa kualitas produk yang baik merupakan jaminan kepuasan dalam menggunakan produk tersebut, untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Banyak perusahaan yang menggunakan strategi khusus dalam mengatasi kondisi tersebut agar dapat bertahan dipasar. Bukan hanya strategi pemasaran yang digunakan akan tetapi strategi pengembangan produk dan meningkatkan kualitas produk juga dilakukan agar dapat meningkatkan daya saing perusahaan karena perusahaan yang tidak mempunyai daya saing berarti tidak memiliki keunggulan, dan tidak unggul berarti tidak ada alasan bagi perusahaan untuk tetap bertahan didalam pasar persaingan untuk jangka panjang.

UD.Sejatra adalah perusahaan yang berada di daerah Priangan Timur tepatnya di daerah Kota Tasikmalaya dan perusahaan ini adalah perusahaan yang memproduksi alas kaki seperti sandal dan sepatu. Dengan semakin meningkatnya persaingan dalam bidang ini, perusahaan harus mampu mengatur strategi sehingga perusahaan tetap *exist* dalam persaingan dengan perusahaan-perusahaan pesaing dan perusahaan baru yang bermunculan.

Perusahaan UD.Sejatra harus mampu untuk menemukan cara-cara baru dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Karena perusahaan yang tidak mempunyai daya saing akan ditinggalkan oleh pasar. Karena tidak memiliki daya saing berarti tidak memiliki keunggulan, dan tidak unggul berarti tidak ada alasan bagi perusahaan untuk tetap bertahan didalam pasar persaingan untuk jangka panjang.

Untuk dapat meningkatkan daya saing perusahaan, perusahaan harus dapat menemukan cara-cara yang tepat untuk mengatasi masalah daya saing perusahaan dengan cara meningkatkan kualitas produk dan mengembangkan produk baru agar konsumen tetap setia untuk membeli produk dari UD. Sejahtera dan memberi nilai lebih bagi perusahaan dalam hal daya saing perusahaan. Salah satu metode yang tepat adalah dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) karena sistem ini bertujuan untuk memenuhi sebanyak mungkin harapan konsumen, dan berusaha melampaui harapan tersebut dengan merancang produk baru agar dapat berkompetisi dengan produk dari kompetitor untuk mencapai kepuasan konsumen.

*Quality Function Deployment* (QFD) yang selanjutnya akan disebut QFD merupakan suatu sistem yang dapat digunakan perusahaan UD. Sejahtera untuk menjembatani harapan konsumen dengan kemampuan perusahaan menghasilkan produk. Menurut Yoji Akao dalam Purba (2009:89) menyebutkan QFD adalah suatu metode untuk mengembangkan suatu mutu desain yang diarahkan pada pemuasan kebutuhan pelanggan dan kemudian menerjemahkan keinginan konsumen tersebut ke dalam target desain dan jaminan mutu utama yang digunakan di seluruh tahapan produksi.

Salah satu produk yang berhasil dikembangkan oleh perusahaan UD. Sejahtera Tasikmalaya yaitu merek sandal Donatelo. Donatelo merupakan merek sandal yang sudah lama dikenal oleh konsumen. Berbagai macam jenis sandal untuk model sandal wanita mulai dari sandal Flat, sandal Hak, sandal Casual, sandal Formal dan Wedges. Bahan utama yang digunakan untuk pembuatan

sandal ini adalah kulit, kartil/*Soft Action Leater*, jeans, tekstil, sol karet (*rubber*), sol TPR, sol PVC, sol kelom, dan sol fiber. Dimana model dan bahan utama tersebut diharapkan dapat memenuhi ekspetasi konsumen melalui kualitas sandal yang baik dan model yang *variative* sehingga tercapainya tujuan perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen. Dengan menggunakan system QFD pada prakteknya perusahaan menerjemahkan kebutuhan dan harapan konsumen melalaui kualitas produk yang dihasilkan yang dapat memungkinkan perusahaan untuk melampaui harapan konsumennya.

Disamping menggunakan system QFD, *Kualitas produk* juga penting diperhatikan. Dikarenakan konsumen sudah semakin pintar dalam memeiilih produk, bukan hanya bagus akan tetapi mempunyai kualitas yang baik. Kualitas produk yang kurang akan sulit untuk dapat bersaing dipasaran dan juga kulaitas sangat penting bagi sebuah produk karena itu adalah kunci keberhasilan sebuah produk dipasaran.

Menurut Kottler dan Amstrong ( 2001:17 ) kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan – kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. Sedangkan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bias ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.. Kualitas produk

dibentuk oleh beberapa indikator antara lain kemudahan penggunaan, daya tahan, kejelasan fungsi, keragaman ukuran produk dan lain-lain. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah diterapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan.

Masalah yang dihadapi perusahaan ini ialah masalah kulaitas produk dan kurangnya perhatian terhadap produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Karena kurangnya perhatian terhadap produk yang akan dipasarkan seperti terdapat banyak maslah kerusakan-kerusakan kecil, kerusakan yang diakibatkan kurangnya perhatian saat melakukan pembuatan produk yang mengakibatkan adanya produk-produk yang dikembalikan dan juga terdapat produk-produk yang tidak sesuai dengan harapan konsumen jadi produk sulit untuk mendapatkan perhatian dari para konsumen.

Berdasarkan masalah yang telah dikemukakan diatas maka akan dilakukan penelitian dan hasil penelitian akan dituangkan dalam skripsi dengan judul : **“Pengaruh Quality Function Deployment dan kualitas produk terhadap daya saing perusahaan UD.Sejahtera”**.

## **1.2 Identifikasi masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, masalah dalam penelitian ini diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana Quality Function Deployment pada perusahaan UD.Sejahtera?

2. Bagaimana Kualitas Produk perusahaan UD.Sejahtera?
3. Bagaimana Daya saing perusahaan UD.Sejahtera?
4. Bagaimana pengaruh Quality Function Deployment dan Kualitas produk terhadap daya saing perusahaan UD.Sejahtera?

### **1.3 Tujuan penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Quality Function Deployment pada perusahaan UD.Sejahtera
2. Kualitas produk pada perusahaan UD.Sejahtera
3. Tingkat daya saing perusahaan UD.Sejahtera
4. Pengaruh Quality Function Deployment dan Kualitas produk terhadap daya saing perusahaan UD.Sejahtera

### **1.4 Kegunaan hasil penelitian**

Dari hasil penelitian yang diperoleh, diharapkan dapat berguna untuk pengembangan ilmu dan terapan ilmu :

1. Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan dan bahan acuan yang dapat dipergunakan untuk mengembangkan ilmu penyusunan usulan penelitian atau tesis.

2. Terapan Ilmu Pengetahuan



Dapat menambah terapan ilmu pengetahuan, khususnya mengenai operasi perusahaan, dimana dalam penelitian ini penulis akan berusaha semaksimal mungkin melakukan pendekatan terhadap permasalahan yang terjadi berdasarkan metode ilmiah, yang diharapkan dapat memberikan manfaat dalam perkembangan ilmu pengetahuan itu sendiri.

a. Bagi Penulis

Dapat memperdalam pemahaman khususnya tentang permasalahan yang diteliti sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan.

b. Bagi Perusahaan

Mengharapkan agar hasil penelitian ini akan dapat digunakan oleh pihak perusahaan sebagai bahan masukan dan pertimbangan yang berarti dalam kegiatan operasional kedepannya.

## **1.5 Lokasi dan jadwal penelitian**

### 1.5.1 Lokasi penelitian

Penulis melaksanakan penelitian diperusahaan UD.Sejahtera Jln. Perum pesona kahyangan No. 210 Kecamatan mugarsari Kota tasikmalaya

### 1.5.2 Jadwal penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih 5 bulan yaitu mulai bulan Oktober 2013 sampai dengan Februari 2014. Untuk lebih jelasnya jadwal kegiatan penelitian terlampir pada lampiran 1.