

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Ponsel merupakan perangkat elektronik dengan fungsi dasar sebagai alat komunikasi jarak jauh. Dengan semakin kompleksnya kebutuhan manusia, perangkat tersebut telah dimodifikasi sesuai dengan kebutuhannya. Seiring dengan nya waktu, fitur-fitur baru telah ditingkatkan dan ditambahkan untuk mengembangkan ponsel pintar atau teknologi yang lebih terkenal dengan nama Smartphone.

Di Indonesia perkembangan pengguna smartphone sangatlah pesat. Menurut sumber di situs Badan Pusat Statistik, jumlah anak muda usia rentang 16 - 40 tahun pada 2018 sebanyak 63,82 juta jiwa, yang merupakan pengguna internet tertinggi di Indonesia. Dalam kondisi seperti ini beberapa brand besar seperti Samsung, Apple, Oppo, Lenovo, dan lainnya mencoba untuk mengembangkan pasarnya di Indonesia. (Arif & Waluyo, 2020)

Persaingan yang semakin ketat memaksa perusahaan untuk menyediakan produk dengan kualitas dan nilai lebih tinggi, serta tidak sama dengan produk pesaing. Sebab, kualitas produk merupakan ialah faktor yang diperhatikan dari konsumen sebelum untuk membeli produk tersebut. Ada banyak perusahaan yang menciptakan produk ponsel pintar dengan kualitas tinggi guna mendapatkan pangsa pasar. Ciri dari suatu produk atau jasa dan sesuai dengan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan konsumen berangkat dari kualitas produk. Kualitas produk sendiri mesti dijaga dengan baik, semakin tinggi kualitas produk konsumen akan semakin diminati. Ini bisa menjadi strategi bagi perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. (Retnowai, 2019).

Sementara, masalah seringkali muncul dari komponen teknis produk yang tidak sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Pelanggan merasa tidak puas ketika harapan tersebut tidak terpenuhi. Kualitas adalah bagian dari kemampuan sebuah organisasi dalam melayani kebutuhan *availability, delivery, reliability, maintainability* dan *cost effectiveness*. Dalam industri manufaktur, perusahaan meningkatkan kualitas produk mereka dengan cara melakukan perbaikan-perbaikan. Seperti, dengan cara meminimalisir produk cacat atau *defect* dan memperbaiki *delivery performance*. Dan, komitmen dari perusahaan terhadap customer adalah dengan meminimalisir atau dapat menghilangkan defect (target zero defect) dan performa delivery pada produk sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. (Azizah, 2018)

Di dalam proses inovasi produk dan perencanaan perlu dilakukannya metode Quality Function Deployment (QFD) guna mengetahui spesifikasi kebutuhan serta harapan dari pada setiap konsumen, serta berguna dalam mengevaluasi produk. Metode QFD ini pertama kali dikembangkan oleh Shigeru Mizuno dan Yoji Akao di awal tahun 1960. Kemudian, di Jepang dan negara lainnya (terutama Amerika dan Eropa) diubah menjadi aplikasi untuk dalam hal manajemen strategi, manajemen kualitas dan perencanaan strategi. Konsep *Quality Function Deployment* ini dikembangkan untuk tujuan menjamin dari pada produk yang telah memasuki pada tahap produksi, dengan harapan produk tersebut dapat memuaskan kebutuhan para konsumen maupun pelanggan dengan membentuk kualitas yang diperlukan dan kesesuaian maksimum pada setiap pengembangan produk. QFD merupakan suatu sistem yang menjelaskan kebutuhan konsumen menjadi kebutuhan perusahaan yang disesuaikan pada setiap langkah (dari siklus pengembangan produk) dari penelitian dan pengembangan produk sampai ke perencanaan dan bagian produksi hingga bagian marketing/penjualan dan bagian distribusi, "*Ford Motor Company*".

Menurut Kathawala dan Motwani menyatakan bahwa QFD dapat mengurangi resiko dari salah penafsiran kebutuhan konsumen. Menurut Akao ada dua definisi QFD, yaitu: 1. Definisi Sempit: Suatu fungsi usaha atau tugas yang bertanggung jawab atas kualitas (desain, pabrik, produksi). 2. Definisi Luas: Kombinasi dari fungsi usaha atau tugas yang bertanggung jawab atas kualitas dan skema pengembangan. Menurut Maddux et al. tujuan dari QFD adalah mengidentifikasi konsumen, menentukan apa yang konsumen butuhkan, dan memberikan sesuai dengan keinginan konsumen. QFD adalah untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan pastikan secara efektif identifikasi kebutuhan tersebut dijadikan kedalam desain produk. QFD merupakan suatu proses guna menterjemahkan dari setiap kebutuhan dan keinginan konsumen kedalam suatu atribut atau karakteristik produk yang dihasilkan. QFD merupakan Alat kualitas untuk membantu menterjemahkan suara dari setiap konsumen (Voice of Customer) menjadi bentuk produk baru yang nyata untuk memuaskan apa yang mereka butuhkan. QFD merupakan sebuah penerjemahan dari setiap produk yang diinginkan oleh konsumen (Voice of Customer) menjadi bentuk produk nyata yang dibuat oleh perusahaan secara sistematis . (Irfani, 2019).

Di penelitian sebelumnya, peneliti mengaplikasikan konsep APQP (Advanced Product Quality Planning) dalam peningkatan kualitas. Metode ini biasanya digunakan oleh perusahaan bidang industri otomotif, seperti *General Motors*, *Ford*, dan *Chrysler* dalam menegembangkan sebuah produk. APQP ini dikenal sebagai metodologi yang terstruktur dalam mempertimbangkan dan menentukan step-step produk yang dihasilkan, sehingga produk dapat memuaskan pelanggan dan terjamin. Selain itu, terdapat juga metode lain yang digunakan dalam meningkatkan kualitas, seperti QFD. Metode tersebut sebagaimana yang dilakukan oleh penelitian lain sebelumnya. Penelitian tersebut membahas tentang pengembangan produk mi jagung dengan cara

mengidentifikasi harapan dan keinginan konsumen. Cara tersebut dapat diidentifikasi melalui tingkat kepentingan atribut produk, tingkat kepuasan konsumen dan strategi pengembangan mi jagung. Selain berguna untuk meningkatkan kualitas, QFD juga dapat digunakan untuk peningkatan kinerja pada industri kecil, seperti bakso sapi. Hal tersebut telah dilakukan dalam penelitian lain sebelumnya. Peningkatan kinerja tersebut, dijelaskan dalam penelitian dengan mengkaji sebuah preferensi konsumen dalam mengambil keputusan tentang pemilihan produk bakso, pelayanan industri bakso dan desain restoran bakso. Dengan metode QFD ini, kesenjangan kualitas produk dan layanan dapat diungkap dengan mempertimbangkan fakta yang diterima oleh pelanggan. Yang kemudian perlu adanya perlakuan khusus dengan meningkatkan sumber daya manusia dan manajemen.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terdapat pada metode yang digunakan. Metode tersebut digunakan untuk mengetahui harapan dan ekspektasi pelanggan dalam perusahaan manufaktur, khususnya industri komponen otomotif. Penelitian tersebut bertujuan untuk melakukan perbaikan dengan memenuhi harapan pelanggan dengan menerapkan metode *Quality Function Deployment* (QFD). QFD banyak digunakan dalam pengembangan produk dan bidang produksi. Kerangka *Quality Function Deployment* (QFD) digunakan untuk memahami persyaratan produk yang ditetapkan oleh pengguna melalui penyebaran data kuisioner dengan hasil yang paling dominan atau dalam istilahnya menggunakan data *Voice of Customer* (VoC). QFD biasanya digunakan untuk mengubah kebutuhan pelanggan menjadi sebuah rekayasa karakteristik produk. Rumah dari kualitas (HOQ) adalah tool yang digunakan di QFD. (Azizah, 2018)

Xiaomi merupakan perusahaan ponsel pintar swasta dari China. Sejak tahun 2016 hingga 2019, produk-produknya memberikan pengaruh yang sangat

besar terhadap pangsa pasar smartphone di Indonesia. Menurut data yang dihimpun di situs Global Statistic Counter, produk ponsel pintar dari China menempati urutan kedua dalam bauran pemasaran *smartphone*, yakni 22,67%, hanya kalah dari Samsung dengan pangsa pasar 25,11 %. Namun, dari tahun 2020 hingga 2021, Xiaomi telah mengalami perubahan posisi yaitu berada di posisi ketiga yakni sebesar 19,76 % sedangkan di posisi pertama masih tetap vendor Samsung yakni sebesar 22,69 % di posisi kedua di tempati oleh vendor Oppo dengan persentase sebesar 22,05 %. Hal ini menjelaskan bahwa dari data penjualan bisa diketahui jumlah banyaknya pengguna pada smartphone Xiaomi mengalami penurunan dari pada tahun sebelumnya. (Arif & Waluyo, 2020)

Permasalahan dari industri ini adalah masih banyaknya komplain dari pelanggan, seperti sering terjadinya *Error* terhadap kinerja smartphone setelah melakukan update terhadap systemnya serta *Software* dan *Hardware* pada produk *Smartphone* Xiaomi sering mengalami *Overheat* (panas). (Retnowai, 2019)

Berdasarkan penelitian diatas, penulis tertarik memilih judul “PENINGKATAN PERBAIKAN KUALITAS XIAOMI REDMI NOTE 9 DENGAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT*” untuk meningkatkan kualitas produk smartphone xiaomi terhadap kepuasan konsumen pengguna smartphone xiaomi dapat tercapai dengan memberikan kualitas yang bagus pada produk. Karena sebab itu, harus fokus terhadap kepuasan konsumen agar bisa memberikan kualitas yang sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen, maka digunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD).

Dengan metode *Quality Function Deployment* (QFD) ini dapat meningkatkan dari pada kualitas produk yang dirasa menjadi permasalahan bagi pengguna dengan melakukan analisa terhadap keinginan kualitas produk smartphone yang dibutuhkan oleh konsumen maka tingkat bauran pemasaran

produk xiaomi bisa meningkat serta pelanggan akan merasa puas dan percaya terhadap perusahaan jadi keluhan pelanggan terhadap performa smartphone xiaomi akan berkurang.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Sesuai dengan pemahaman dan batasan masalah yang sudah dijelaskan dalam latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan metode *Quality Function Deployment* (QFD) pada peningkatan kualitas produk Xiaomi ?
2. Bagaimana langkah – langkah pada penerapan metode *Quality Function Deployment* (QFD) terhadap peningkatan kualitas produk Xiaomi yang diharapkan oleh konsumen pengguna smartphone xiaomi ?

## **1.3 Tujuan Masalah**

Untuk menentukan karakteristik kualitas produk Xiaomi agar banyak konsumen yang tertarik

Untuk mengetahui produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen pada hasil dari penerapan metode *Quality Function Deployment* (QFD)

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Bagi akademis  
Bisa mengaplikasikan serta memberikan kontribusi yang berkaitan dengan ilmu Teknik Industri yang dimiliki
2. Bagi peneliti lain  
Hal ini dapat dijadikan sebagai bahan pustaka dan referensi khususnya bagi peneliti selanjutnya terkait model pendekatan kualitas produk.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Bagi pihak Xiaomi dapat menjadikan referensi masukan dalam menentukan perbaikan kualitas produk yang dikeluhkan oleh konsumen serta dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap elektabilitas perusahaan

### **1.5 BATASAN MASALAH**

1. Penelitian ini hanya membahas tentang peningkatan kualitas produk pada pengguna smartphone xiaomi dalam rentang usia 16 - 40 tahun
2. Isi penelitian ini tentang hasil harapan konsumen smartphone xiaomi

### **1.6 SISTEMATIKA PEMBAHASAN**

Bab I : Pendahuluan

Bab ini terdiri dari latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, asumsi penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : Kajian Pustaka

Bab ini terdiri dari landasan teori yang berhubungan dengan topik permasalahan yang akan dianalisis diantaranya adalah Kualitas produk, peningkatan kualitas, kebutuhan pelanggan, metode *QFD*, *Microsoft excel*, serta posisi penelitian terhadap penelitian sebelumnya.

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini menguraikan tentang metodologi penelitian yang digunakan dalam pemodelan serta formulasi model matematis.

Bab IV : Analisis dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil data penelitian yang telah diolah dan membahas hal terkait pada pembahasan. Bab ini terdiri dari gambaran umum perusahaan, deskripsi data dan analisis disertai pembahasan (interpretasi hasil).

Bab V : Penutup

Bab ini berisikan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran arah untuk penelitian selanjutnya.