

**ANALISIS  
*QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD)  
UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS  
LAYANAN DAN DAYA SAING  
(STUDI PADA URBANCUT BARBERSHOP  
SEMARANG)**



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai salah satu syarat untuk  
menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada  
Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :

**RAKA DRESTANTA**

**12010113130158**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2017**

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Raka Drestanta  
Nomor Induk Mahasiswa : 12010113130158  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/ Manajemen  
Judul Skripsi : Analisis *Quality Function Deployment*  
(QFD) Untuk Meningkatkan Kualitas dan  
Daya Saing (Studi pada Urbancut  
Barbershop Semarang)  
Dosen Pembimbing : Dra. Amie Kusumawardhani, M.sc.,Ph.D

Semarang, 13 September 2017

Dosen Pembimbing

(Dra. Amie Kusumawardhani, MSc.,Ph.D)

NIP 1962.0511.1987.03.2.001

## PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Raka Drestanta  
Nomor Induk Mahasiswa : 12010113130158  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen  
Judul Skripsi : **Analisis Quality Function Deployment (QFD)  
Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan dan Daya  
Saing ( Studi pada Urbancut Barbershop Semarang)**

Telah dinyatakan lulus pada tanggal 26 September 2017

Tim penguji :

1. Dra. Amie Kusumawardhani, MSc.,Ph.D. ( ..... )  
NIP. 196205111987032001
2. Drs. Bambang Munas D,Dipl.Com, MM ( ..... )  
NIP. 195809061987031001
3. Dr. Mahfudz, SE, MT ( ..... )  
NIP. 197309101998031001

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Raka Drestanta, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Analisis *Quality Function Deployment* Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Meningkatkan Daya Saing ( Studi Pada Urbancut Barbershop Semarang )** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut diatas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 12 September 2017

Pembuat pernyataan,

(Raka Drestanta)

NIM :12010113130158

## ABSTRACT

Urbancut Barbershop is a barbershop located in Semarang. The barbershop business has grown a lot in Semarang, especially in Pleburan, making the competition tighter and causes decline in the number of customers in certain months. In order to overcome this, Urbancut Barbershop has to fulfill customer's expectation. This research explains about *Quality Function Deployment* (QFD) implementation and aims to calibrate customer's expectation and company technique requirement so that Urbancut Barbershop's operational can match consumer's expectation.

Data in this research is taken through questionnaire surveys for the Manager of Urbancut Barbershop and 50 of their consumers as respondents based on purposive sampling method. this study uses *Quality Function Deployment* (QFD) to analyze data.

The research shows that priority order based on absolute weight of customer's order that has to be prioritized in increasing the company's operational power. The research also shows priority order based on absolute weight and technique requirement of relative weight in terms of fixing and increasing service quality of Urbancut Barbershop.

Keywords: Barbershop, Service, QFD, HOQ, *Service Quality*, Customer's requirement, technique requirement.

## ABSTRAK

Urbancut Barbershop merupakan salah satu barbershop yang terletak di Kota Semarang. Pertumbuhan barbershop semakin banyak di Kota Semarang terutama di kawasan Pleburan membuat persaingan antar barbershop semakin ketat dan menyebabkan penurunan jumlah konsumen pada bulan tertentu oleh karena itu Urbancut Barbershop harus berupaya untuk memenuhi harapan konsumen agar dapat memiliki daya saing di pasar. Penelitian ini membahas implementasi *Quality Function Deployment* (QFD), bertujuan untuk menentukan harapan pelanggan dan persyaratan teknik perusahaan sehingga kinerja operasional Urbancut Barbershop dapat bertindak sesuai dengan harapan konsumen.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui metode survey dengan kuesioner kepada Manajer Urbancut Barbershop dan 50 konsumen Urbancut Barbershop sebagai responden berdasarkan metode *purposive sampling*. Studi ini menerapkan *Quality Function Deployment* (QFD) untuk menganalisis data.

Penelitian ini menunjukkan urutan prioritas berdasarkan bobot absolut persyaratan pelanggan yang harus diutamakan dalam peningkatan kinerja operasional perusahaan. Penelitian ini juga menunjukkan urutan prioritas berdasarkan bobot absolut dan bobot relatif persyaratan teknik dalam hal perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan di Urbancut Barbershop.

Kata Kunci: Barbershop, Jasa, QFD, HOQ, *Service Quality*, Persyaratan Pelanggan, Persyaratan Teknik.

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا،

**Karena sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan” – Q.S 94:5**

***“i can accept the failure but i can’t accept not trying” – Michael Jordan***

***“Having confidence in yourself is crucial. If you don’t, the people and the world around you will tell who you are” – Isaiah Thomas***

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Orang tuaku tercinta Bapak Bima Soreviatma dan Ibu Ani Haryani dan Adik yang aku sayangi Ajeng Dhyanti Paramaitha Kalian merupakan anugerah terindah yang di titipkan oleh Allah SWT kepadaku.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia, rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **Analisis *Quality Function Deployment (QFD)* Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Meningkatkan Daya Saing ( Studi Pada Urbancut Barbershop Semarang )**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program S1 pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak yang terus memberikan dorongan, bimbingan, serta saran. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Bima Soreviatma dan Ibu Ani Haryani serta Adik Ajeng Dhyanti Paramitha terima kasih atas seluruh perhatian, cinta, kasih sayang, doa, dan dukungan yang selalu diberikan tanpa henti.
2. Bapak Dr. Suharnomo, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang dan selaku dosen wali atas motivasi, bimbingan, serta segala arahan selama masa studi.
3. Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E., M.E., selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.



4. Ibu Dra. Amie Kusumawardhani, MSc, Phd. selaku dosen pembimbing, atas waktu, perhatian, bimbingan, dan saran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Drs. H Muhammad Kholiq Mahfudz, MSi. Sebagai Dosen Wali yang telah memberikan pengarahan dan nasehat selama masa perkuliahan di Jurusan Manajemen Program Studi S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
6. Segenap dosen dan staf Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro atas ilmu dan bantuan yang telah diberikan selama peneliti menjalani perkuliahan.
7. Owner Urbancut Barbershop, Mas Angga selaku manajer Urbancut Barbershop karena telah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian.
8. Teman-teman selama di UNDIP, eka, icha, handoko, anggito, aris, Ibam, bram, safaat, dika, evan, ismu, aksioma, dadang, faishal, brian, yudha, ian, nana rian, krisna, ito, afi, irfan, anam, radit, dibio, sayoga, ujang, rialdi, victor, rine, tiwi, valen, gita, adryan, gerald, ardhilo, igor, hafiz, aan. Terima kasih atas kebersamaannya.

Semarang, 12 September 2017

Penulis

( Raka Drestanta )

NIM. 12010113031158

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI .....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK .....	vi
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Definisi Jasa .....	10
2.2 Proses Mengetahui Harapan Pelanggan .....	13
2.3 Konsep Kualitas .....	14
2.4 Prinsip TQM.....	17
2.5 Konsep QFD.....	19
2.5.1 Definisi QFD .....	19

2.5.2	Keunggulan QFD .....	20
2.5.3	Voice of the Customer .....	22
2.5.4	HOQ ( <i>House Of Quality</i> ) .....	24
2.6	Kerangka Pemikiran teoritis .....	25
2.7	Penelitian Terdahulu .....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....		29
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian .....	29
3.2	Jenis dan sumber Data .....	29
3.3	Metode Pengumpulan data .....	31
3.3.1	Metode kusioner .....	31
3.3.2	Metode wawancara.....	32
3.4	Metode pengambilan sampel.....	33
3.5	Metode Pengolahan dan Analisis .....	33
3.5.1	Tabulasi deskriptif.....	33
3.5.2	Metode Analisis Quality Function Deployment .....	34
3.6	Variabel Penelitian .....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		44
4.1	Objek Penelitian .....	44
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	44
4.2	Gambaran Umum Responden.....	44
4.2.1	Data Demografi Responden .....	45
4.3	Implementasi QFD .....	45
4.3.1	Mengidentifikasi Persyaratan Pelanggan (Voice of Customer).....	46
4.3.2	Penyusunan Persyaratan Teknik .....	61
4.3.3	Pengembangan Matriks Hubungan Antara Persyaratan Pelanggan dan Persyaratan Teknik .....	63
4.3.4	Mengembangkan Matriks Hubungan antar Persyaratan Teknik .....	65
4.3.5	Penilaian Kompetitif Pelanggan.....	66
4.3.6	Mengembangkan Urutan Prioritas Persyaratan Konsumen .....	69
4.3.6.1	Tingkat Kepentingan Pelanggan .....	69
4.3.6.2	Nilai Sasaran Persyaratan Pelanggan .....	83

4.3.6.3	Faktor Skala Kenaikan .....	85
4.3.6.4	Poin Penjualan.....	86
4.3.6.5	Menentukan Bobot Absolut Persyaratan Pelanggan.....	88
4.3.7	Mengembangkan Urutan Prioritas Persyaratan Teknik .....	93
4.3.7.1	Menentukan Derajat Kesulitan Persyaratan Teknik.....	93
4.3.7.2	Nilai Sasaran Persyaratan Teknik .....	94
4.3.7.3	Bobot Absolut Persyaratan Teknik .....	95
4.3.7.4	Bobot Relatif Persyaratan Teknik.....	98
4.4	Pembahasan .....	100
4.4.1	Analisis matriks hubungan pelanggan dengan persyaratan teknik .....	100
4.4.2	Integrasi Antara Dimensi Kualitas dan QFD .....	101
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>103</b>
5.1	Kesimpulan.....	103
5.2	Keterbatasan penilaian.....	104
5.3	Saran .....	105
5.3.1	Saran bagi Urbancut Barbershop .....	105
5.3.2	Saran Bagi Peneliti yang akan datang.....	107

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data jumlah Konsumen di Urbancut Barbershop .....	3
Tabel 1.2 Data Barbershop di kawasan Pleburan Kota Semarang .....	4
Tabel 2.1 Daftar Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 3.1 Jenis dan Sumber Data .....	30
Tabel 3.2 Variabel dan Persyaratannya.....	43
Tabel 4.1 Distribusi Data Demografi Responden .....	45
Tabel 4.2 Tingkat Kualitas Kaspter .....	48
Tabel 4.3 Tingkat Kualitas Alat Cukur .....	48
Tabel 4.4 Tingkat Kualitas Produk <i>Hair treatment</i> .....	49
Tabel 4.5 Tingkat Kualitas Atmosfer/suasana .....	49
Tabel 4.6 Tingkat Kualitas Desain <i>Layout</i> .....	50
Tabel 4.7 Tingkat Kualitas Kebersihan ruangan.....	51
Tabel 4.8 Tingkat Kualitas Kesesuaian harga dengan pelayanan .....	51
Tabel 4.9 Tingkat Kualitas Kemudahan akses menuju lokasi .....	52
Tabel 4.10 Tingkat Kualitas Akses Kendaraan Pribadi .....	53
Tabel 4.11 Tingkat Kualitas Akses Kendaraan Umum.....	53
Tabel 4.11 Tingkat Kualitas Ruang Tunggu .....	54
Tabel 4.11 Tingkat Kualitas Entertainment/Hiburan .....	55
Tabel 4.11 Tingkat Kualitas Snack dan Minuman.....	55
Tabel 4.11 Tingkat Kualitas Hotspot area.....	56
Tabel 4.11 Tingkat Kualitas Lahan Parkir .....	57
Tabel 4.17 Tingkat Kualitas Pelayanan <i>Customer Service</i> .....	58
.....	58
Tabel 4.18 Tingkat Kemampuan Pegawai Menanggapi komplain .....	58
Tabel 4.19 Tingkat Kualitas Sikap dan Perilaku <i>Kapster</i> .....	59

Tabel 4.20 Tingkat Kualitas Periklanan Urbancut Barbershop .....	59
Tabel 4.21 Tingkat Kualitas Keaktifan Media Sosial .....	60
Tabel 4.22 Tingkat Kualitas Persyaratan Pelanggan Urbancut Barbershop .....	60
Tabel 4.23 Persyaratan Teknik Urbancut Barbershop .....	62
Tabel 4.24 Penilaian Kompetitif Pelanggan.....	67
Tabel 4.25 Tingkat Kepentingan Kualitas Kapster .....	70
Tabel 4.26 Tingkat Kepentingan Kualitas Alat Cukur.....	71
Tabel 4.27 Tingkat kepentingan Kualitas Poduk <i>Hair Treatment</i> .....	71
Tabel 4.28 Tingkat Kepentingan Kualitas Atmosfer /suasana.....	72
Tabel 4.29 Tingkat Kepentingan Desain Layout .....	72
Tabel 4.30 Tingkat Kepentingan Kebersihan Ruangan .....	73
Tabel 4.31 Tingkat Kepentingan Kesesuaian Harga dengan Pelayanan.....	74
Tabel 4.32 Tingkat Kepentingan Kemudahan akses menuju lokasi .....	74
Tabel 4.33 Tingkat Kepentingan Akses Kendaraan Pribadi .....	75
Tabel 4.34 Tingkat Kepentingan Akses Kendaraan Umum .....	76
Tabel 4.35 Tingkat Kepentingan Ruang Tunggu.....	76
Tabel 4.36 Tingkat Kepentingan Ketersediaan <i>Entertainment</i> /hiburan.....	77
Tabel 4.37 Tingkat Kepentingan Ketersediaan <i>Snack</i> dan Minuman .....	78
Tabel 4.38 Tingkat Kepentingan Ketersediaan <i>Hotspot area</i> .....	78
Tabel 4.39 Tingkat Kepentingan Lahan Parkir .....	79
Tabel 4.40 Tingkat Kepentingan Pelayanan <i>Customer Service</i> .....	80
Tabel 4.41 Tingkat Kepentingan Pegawai Menanggapi Komplain .....	80
Tabel 4.42 Tingkat Kepentingan Sikap dan Perilaku <i>Kapster</i> .....	81
Tabel 4.43 Tingkat Kepentingan Periklanan Barbershop .....	81
Tabel 4.44 Tingkat Kepentingan Keaktifan Media Sosial .....	82
Tabel 4.45 Tingkat Kepentingan Persyaratan Pelanggan Urbancut Barbershop .....	82

Tabel 4.46 Nilai Sasaran Persyaratan Pelanggan.....	83
Tabel 4.47 Bobot Faktor Skala Kenaikan .....	85
Tabel 4.48 Poin Penjualan.....	87
Tabel 4.49 Bobot Absolut Persyaratan Pelanggan.....	88
Tabel 4.50 Derajat Kesulitan Persyarata Teknik .....	94
Tabel 4.51 Nilai Persyaratan Teknik.....	95
Tabel 4.52 Bobot Absolut Persyaratan Teknik .....	96
Tabel 4.53 Bobot Relatif Persyaratan Teknik .....	100

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>House of Quality</i> .....	22
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	24
Gambar 3.1 Matriks Hubungan Persyaratan Pelanggan dengan Persyaratan Teknik.....	34
Gambar 3.2 Matriks Hubungan Antara Persyaratan Teknik.....	35
Gambar 4.1 Matriks Hubungan Persyaratan Pelanggan dengan Persyaratan Teknik Urabcut Barbershop .....	70
Gambar 4.2 Matriks Hubungan Antara Persyaratan Teknik Urbancut Barbershop.....	73



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 .....	109
Lampiran 2 .....	117
Lampiran 3 .....	122
Lampiran 4 .....	124
Lampiran 5 .....	126
Lampiran 6 .....	127
Lampiran 7 .....	129
Lampiran 8 .....	130
Lampiran 9 .....	131
Lampiran 10.....	132

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Kebutuhan menjaga penampilan tidak lagi hanya kebutuhan wanita tetapi pria modern juga dituntut untuk selalu tampil rapi dan menarik. Salah satunya tatanan rambut, setidaknya pria akan memotong rambutnya dalam jangka waktu 1 bulan 1 kali agar tetap tampil rapi tetapi faktanya banyak pria yang malu untuk datang ke salon karena terkesan feminim dan tidak dapat memenuhi gaya rambut sesuai dengan keinginan pria. Barbershop dinilai oleh kaum pria dapat memberikan keinginan potongan rambut yang banyak diinginkan oleh pria modern, Hal ini membuat bisnis barbershop mulai menjamur di Indonesia untuk memenuhi kebutuhan potong rambut pria.

Barbershop mempunyai ciri yang dapat dibedakan dengan tempat potong rambut lainnya. Barbershop menonjolkan konsep klasik dalam segi tatanan ruang dan para *kapster* atau tukang cukur mampu memberikan potongan rambut yang modern bagi pria contohnya *undercut*, *pompadeur*, *slick back* dan *oldschool*, selain itu pelayanan barbershop juga mengutamakan pelayanan khusus bagi pria untuk melakukan perawatan pada rambut wajah seperti kumis dan janggut maupun memberikan pelayanan ekstra seperti *massage*, *hairstyle*, *coloring*, *creambath*, *hairwash* oleh karena itu barbershop sangat digandrungi oleh banyak pria untuk melakukan aktivitas perawatan rambut. Fenomena ini membuat bisnis

barbershop mengalami peningkatan yang pesat ditandai dengan meningkatnya jumlah barbershop sehingga menyebabkan persaingan ketat antar barbershop.

Seiring dengan perkembangan bisnis barbershop di Semarang, kaum pria mulai memanjakan diri mereka dengan banyaknya pilihan barbershop yang menawarkan harga yang bersaing dan treatment khusus untuk menarik konsumen dan kenyamanan yang menjadi prioritas setiap barbershop. Sebagai bisnis yang bergerak di bidang jasa, pengelola barbershop juga harus meningkatkan fasilitas-fasilitas untuk menunjang keinginan konsumen selain fungsi utamanya sebagai tempat potong rambut seperti menyediakan wifi, televisi, ruang tunggu yang nyaman, dan berbagai fasilitas lainnya untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam.

Tren Barbershop di Kota Semarang semakin menggeliat karena banyaknya pria mulai menggunakan jasa ini sebagai tempat merawat rambut. Salah satunya adalah Urbancut Barbershop yang dapat memanfaatkan momentum ini. Barbershop ini beroperasi sejak tahun 2014, hingga saat ini sudah memiliki dua cabang yang terletak di Jl. Erlangga dan Jl. Tirto Agung. Konsumen Urbancut Barbershop mencakup berbagai macam profesi dari anak sekolah, mahasiswa hingga karyawan.

Konsumen merupakan hal yang terpenting dalam keberlangsungan bisnis bidang jasa. Hal ini dijelaskan oleh Parasuraman dalam jurnal Andronikidis et.al (2009) bahwa memahami harapan konsumen merupakan cara untuk membuat layanan yang unggul karena konsumen mewakili penilaian terhadap kualitas layanan. QFD merupakan Metode yang umum untuk menjelaskan apa yang

keinginan pelanggan dan menerjemahkan keinginan tersebut untuk membuat kualitas layanan yang baik sehingga menghasilkan kepuasan pada konsumen (Mazur, 2008)

Dibawah ini merupakan jumlah data konsumen Urbancut Barbershop selama bulan Maret 2017 hingga bulan Maret 2016 tersaji pada tabel 1.1

**Tabel 1.1**  
**Data Konsumen Urbancut Barbershop Tahun 2016-2017**

Bulan	Jumlah konsumen Urbancut				Total Pelanggan	Fluktuasi Jumlah Pelanggan (%)
	Kapster 1	Kapster 2	Kapster 3	Kapster 4		
Maret-2016	280	384	365	340	1369	
April-2016	225	379	380	381	1365	- 0,21 %
Mei-2016	220	392	415	369	1396	2,27 %
Juni-2016	209	381	351	354	1295	- 5,40 %
Juli-2016	245	316	313	322	1196	- 7,64 %
Agustus-2016	183	325	300	312	1120	- 6,35 %
September-2016	322	309	265	276	1172	4,43 %
Oktober-2016	299	346	340	327	1312	10,67 %
November-2016	256	322	316	275	1169	- 10,89 %
Desember-2016	273	374	328	279	1254	7,27 %
Januari-2017	184	367	386	373	1310	4,46 %
Februari-2017	208	358	350	344	1260	- 3,81 %
Maret-2017	191	197	240	198	826	- 34,46 %
Total					16044	

Sumber: Urbancut Barbershop 2017

Berdasarkan tabel 1.1 dijelaskan bahwa Urbancut Barbershop mengalami penurunan jumlah konsumen dari Maret tahun 2016 hingga April 2016 sebesar 0,21 % , pada bulan selanjutnya mengalami kenaikan sebesar 2, 27 % . Pada bulan Juni 2016 hingga Agustus 2016 mengalami penurunan jumlah pelanggan dengan

total sebesar 19,39% Pada September 2016 hingga Januari 2017 mengalami kenaikan dengan total sebesar 15,94 % , lalu kembali mengalami penurunan yang cukup signifikan pada bulan Februari 2017 dan Maret 2017 dengan total sebesar 38,27 %.

Perkembangan barbershop begitu pesat di Kota Semarang membuat bisnis barbershop semakin diminati. Hal ini tentu saja menyebabkan persaingan di pasar begitu ketat karena hampir setiap barbershop menawarkan tingkat pelayanan yang sama, belum lagi beberapa barbershop di Kota Semarang memiliki cabang oleh karena itu perlu adanya peningkatan dari segi kualitas layanan dan fasilitas pendukung yang tujuan utamanya untuk meningkatkan daya saing di pasar.

Berikut adalah daftar Barbershop di Kota Semarang yang terangkum dalam tabel 1.2

**Tabel 1.2**  
**Daftar barbershop kawasan Pleburan Semarang 2017**

No	Nama Barbershop	Alamat
1	Barberthology Barbershop	Jl. Seroja 1/26D Ruko Seroja
2	Barberthology	Jl. Sriwijaya No. 20B
3	Reza Barbershop	Jl. Hayam Wuruk No.32
4	K3Rn Barbershop	Jl. Kusuma Wardani No. 3A
5	D'Barber	Jl. Erlangga Tengah kav 3
6	The Hairpot Barbershop	Jl. Anggrek 6/25
7	Mr. Cut Barbershop	Jl. Kusuma Wardani No.15
8	Wani Klimis Barbershop & Pomade	Jl Pleburan Barat
9	Hair cut martabat	Jl. Pleburan Barat No. 4
10	Uppercut barbershop	Jl. Erlangga Tengah No.18A
11	Mambo Barbershop	Jl. Pleburan Barat No. 8B

Sumber: Data Primer 2017

Dari data di atas menunjukkan bahwa persaingan barbershop di Semarang sangat ketat karena banyaknya barbershop di Semarang dan tempat usaha satu barbershop dengan pesaing yang lain berdekatan, sehingga para pengelola barbershop berlomba-lomba melakukan inovasi dari aspek fasilitas, biaya, dan pelayanan terhadap konsumen. Hal ini akan mendorong untuk memiliki daya saing yang tinggi di pasar agar dapat memenangkan persaingan dalam bisnis barbershop di Semarang. Maka agar bisnis barbershop memiliki daya saing yang tinggi di pasar dibutuhkan suatu tools yaitu dengan metode *Quality Function Deployment* (QFD). QFD (*Quality Function Deployment*) merupakan suatu metode efektif untuk dalam mengidentifikasi harapan pelanggan, memperluas *market share* dan mengembangkan manajemen strategik perusahaan untuk memenuhi kepuasan konsumen (Yeh et.al, 2013). Berdasarkan penjelasan dari latar belakang masalah yang ada, penulis mengajukan penelitian dengan judul “**Implementasi Metode *Quality Function Deployment* untuk meningkatkan kualitas layanan dan Daya Saing**” (Studi pada Urbancut Barbershop Semarang).

## **1.2. Perumusan Masalah**

Barbershop merupakan bisnis yang semakin berkembang seiring dengan perkembangan zaman, dewasa ini banyak pria bahkan anak-anak sering datang ke barbershop untuk mendapatkan gaya potongan rambut yang modern, oleh karena itu bisnis barbershop dituntut untuk selalu mengembangkan fasilitas layanan contohnya ruangan ber- AC, kursi yang nyaman dan dekorasi barbershop yang unik agar pelanggan nyaman menunggu di barbershop sehingga dapat memenuhi

berbagai macam keinginan pelanggan. Semakin banyaknya pertumbuhan barbershop di Kota Semarang membuat persaingan ketat dalam bisnis Barbershop.

Urbancut Barbershop sebagai barbershop yang sedang berkembang di Kota Semarang terus berupaya untuk melakukan inovasi dalam hal pelayanan terhadap konsumen dengan tujuan untuk memuaskan konsumen. Hal ini membuat Urbancut Barbershop membutuhkan cara untuk memperhatikan harapan konsumen dan menjadi lebih proaktif dalam memenuhi kebutuhan konsumen daripada baru melakukan reaksi terhadap komplain konsumen agar dapat meningkatkan daya saing di pasar. Kesuksesan produk dan layanan bidang jasa ditentukan bagaimana produsen dapat menerjemahkan keinginan konsumen.

Teknik yang dapat dilakukan untuk membuat pelayanan mampu memenuhi keinginan konsumen yaitu dengan menerapkan *Quality Function Deployment* (QFD) dalam pembuatan desain produk. Urban Cut Semarang akan semakin meningkat daya saingnya di pasar dengan mencocokkan atribut-atribut pelayanannya dengan keinginan konsumen. Proses ini disebut dengan *House Of Quality* (HOQ) yang merupakan bagian dari penerapan *Quality Function Deployment* (QFD)

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka permasalahan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana persyaratan-persyaratan pelanggan ( atribut yang diharapkan oleh pelanggan) dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan Urban cut Semarang.
2. Bagaimana persyaratan-persyaratan teknik ( sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan) dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan Urbancut barbershop Semarang.
3. Bagaimana mengaplikasikan *Quality Function Deployment* (QFD) dalam upaya meningkatkan daya saing Urbancut barbershop Semarang di pasar.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. mengidentifikasi persyaratan pelanggan untuk dianalisis dalam meningkatkan kualitas layanan Urbancut Barbershop Semarang.
2. mengidentifikasi persyaratan teknis untuk dianalisis dalam meningkatkan kulaitas layanan Urbancut barbershop Semarang.
3. menganalisis Penerapan *Quality Function Deployment* untuk usaha meningkatkan layanan servis Urbancut barbershop Semarang.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari hasil penelitian dapat berguna untuk :

1. Bahan masukan bagi Urbancut barbershop Semarang untuk meningkatkan layanan servis terhadap pelanggan untuk memenuhi keinginan pelanggan.
2. Bahan masukan bagi Urbancut barbershop Semarang untuk mempunyai daya saing yang tinggi antar perusahaan barbershop.



3. Bahan masukan bagi untuk penelitian selanjutnya mengenai *Quality Function Deployment (QFD)* dan *voice of customer*.

### **1.5. Sistematika Penulisan**

Sebagai penjelasan singkat mengenai penelitian yang dilakukan, untuk itu dibuat suatu sistematika penulisan yang berisi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam setiap bab.

Maka sistematika penulisan ini adalah:

#### **Bab I : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan penelitian

#### **Bab II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori sebagai acuan dalam analisis penelitian, peneliti terdahulu , kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis

#### **Bab III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang variabel penelitian, menentukan sampel, sumber data, jenis data dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian tersebut.

#### **Bab IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan tentang hasil dari pengolahan data penelitian dan analisis atas hasil penelitian tersebut

## Bab V : PENUTUP

Bab ini merupakan kesimpulan didapat dari hasil dari penelitian dan berisi saran-saran peneliti yang direkomendasikan untuk Urban Cut Semarang.