

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media cetak merupakan media massa tertua diantara media massa lain. Dalam perkembangannya, isi informasi yang disampaikan selalu berbeda – beda. Media cetak pertama di Indonesia adalah *Bataviasche Nouvelles* pada tahun 1744, digunakan untuk menyebarkan informasi dagang kepada para pekerjanya. Pada peralihan abad 19, media cetak banyak menginformasikan mengenai berita politik dan sikap kritis terhadap pemerintahan kolonial Belanda, sedangkan pasca Indonesia merdeka, media cetak adalah sarana utama bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi dan mengemukakan pendapat. Salah satu bagian dari media cetak adalah Koran yang berfungsi sebagai media informasi dan sarana edukasi bagi masyarakat. Informasi yang dihasilkan dari koran bisa dipergunakan sebagai sarana untuk pengambilan keputusan. Koran juga berfungsi sebagai sarana pengawas atas tindakan korupsi dan hal-hal buruk lainnya yang mungkin terjadi.

Salah satu yang menjadi tantangan bagi industri koran dalam beberapa tahun terakhir adalah melesatnya peran teknologi informasi, terutama internet, sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi bagi masyarakat. Melalui internet, masyarakat bisa lebih mudah mengakses informasi dan berita yang diinginkan, tanpa ada batasan ruang dan waktu. Hal ini dikarenakan generasi muda yang juga dikenal

sebagai generasi digital atau generation C lebih menyukai peralatan (gadget) untuk mendapatkan informasi. Generasi digital adalah mereka yang lahir setelah tahun 1980, dapat dikatakan bahwa sejak lahir mereka sudah bersentuhan dengan teknologi. Mereka lebih senang main internet dan menonton televisi dibandingkan membaca koran. (Puspaningrum, Indah (2010))

Menurut Direktur Eksekutif Serikat Penerbit Surat kabar Pusat (SPS) Asmono Wikan sebagaimana diberitakan Kompas, 5 Desember 2007, dalam satu tahun terakhir setidaknya terjadi penurunan oplah sekitar satu juta eksemplar. Menurut Wikan, berkurangnya oplah surat kabar karena kebiasaan masyarakat yang lebih menyukai informasi melalui tayangan televisi atau gadgetnya. Tontonan televisi dianggap lebih menarik karena disajikan dalam bentuk gambar bergerak, sementara surat kabar lebih banyak menampilkan kata-kata yang harus dibaca jika ingin mengetahui isinya. Selain budaya menonton, gencarnya perkembangan multimedia melalui situs-situs portal di internet juga turut memengaruhi penurunan oplah surat kabar. Internet menyajikan informasi yang lebih cepat, sementara surat kabar butuh waktu semalam untuk mencetaknya (*Kompas*, 5 Desember 2007).

Selanjutnya kelemahan dari koran dalam bentuk media cetak adalah, berita yang dimunculkan hari ini adalah berita yang terjadi kemarin atau periode sebelumnya. Informasi yang terjadi satu jam yang lalu baru akan diterbitkan pada koran esok hari. Padahal di zaman yang serba instant ini, masyarakat cenderung ingin mengetahui berita secara lebih cepat dan tepat. Saat ini dengan semakin tingginya mobilitas

seseorang, mengakibatkan waktu yang dimiliki untuk membaca menjadi semakin sedikit. Pencarian informasi secara cepat lebih mengandalkan pada media televisi maupun internet. Khusus di kalangan anak muda, kebiasaan membaca koran bahkan nyaris hilang. Ditambah oleh mahalannya harga kertas, dan kecenderungan penghematan biaya iklan, membuat posisi penerbit surat kabar akan semakin terjepit.

Di Indonesia terdapat berbagai macam merek surat kabar yang tersebar di berbagai penjuru kota. PT. Pikiran Rakyat Bandung merupakan salah satu dari beberapa perusahaan yang bergerak di bidang media massa. Produk yang dihasilkan dari perusahaan yang telah eksis dari tahun 1966 ini berbagai macam, salah satunya adalah Koran Harian Pikiran Rakyat. Pergerakan dan pasar dari Pikiran Rakyat meliputi wilayah Jawa Barat dan sekitarnya.

Banyaknya koran harian yang beredar di Jawa Barat membuat persaingan semakin ketat dan penuh dengan persaingan. Dari tabel 1.1 dapat terlihat banyaknya Koran Harian yang beredar di Jawa Barat.

Tabel 1.1
Koran Harian yang ada di Kota Bandung

Kompas	Media Indonesia	Galamedia
Tribun Jabar	Jakarta Pos	Seputar Indonesia
Radar Bandung	Bisnis Indonesia	Koran Tempo
Pikiran Rakyat	Inilah Koran	Bandung Ekspres
Kontan	Republika	Merdeka
Top Skor	Inilah Koran	Koran Tempo
Rakyat Merdeka	Lampu Hijau	Warta Kota
Koran Jakarta	Hu. Kontan	Harian Merdeka
Suara Pembaharuan	Bisnis Indonesia	The Jakarta Post
Pos Kota	Kabar Priangan	Sumedang Ekspres

Sumber : Pusat Data dan Riset Tahun 2014

Sejauh ini Pikiran Rakyat masih menempati posisi sebagai pemimpin pasar (*market leader*) di bidang surat kabar di Kota Bandung dengan pangsa pasar terbesar di Jawa Barat. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya penjualan tertinggi setiap harinya di setiap agen penjual Koran Harian. Untuk mendukung pernyataan tersebut, didapat data penjaln Koran Harian dari salah satu agen eceran yang cukup besar di Kota Bandung.

Tabel 1.2
Proporsi Koran Harian yang Terjual di Kota Bandung

Jenis Surat Kabar	Rata-rata Penjualan per hari	
	Hari Biasa	Hari Sabtu dan Minggu
Pikiran Rakyat	85450	91543
Kompas	7103	11341
Tribun	57251	62981

Sumber : Pusat Data dan Riset, 2015

Dengan kemampuan perusahaan melakukan pemasaran dan menguatkan *brand* nya, pelanggan banyak menjatuhkan pilihan untuk keputusan pembeliannya pada koran harian Pikiran Rakyat, hal tersebut juga membuktikan bahwa Pikiran Rakyat memiliki kualitas baik terbukti dengan banyaknya Koran yang terjual setiap harinya. Tabel 1.3 dapat terlihat banyaknya tiras dan distribusi koran Pikiran Rakyat, dapat di lihat sebagai berikut :

Tabel 1.3
Tiras Dan Distribusi Koran Pikiran Rakyat
Tahun 2012 - 2014

Kota/Provinsi	2012	2013	2014
- Kota Bandung	87.000	85.500	85.450
- Kab. Bandung	13.400	13.000	13.300
- Kab. Bandung Barat	4.000	4.000	4.300
- Kota Cimahi	4.000	4.000	4.500
- Kab. Sumedang	5.500	5.400	5.400
- Kab. Garut	6.600	6.300	6.100
- Kota/Kab. Tasikmalaya	9.300	9.350	9.350
- Kab. Ciamis	3.700	3.700	3.700
- Banjar	2.370	2.150	2.150
- Kota/Kab. Cirebon	8.500	8.550	8.200
- Kab. Indramayu	2.580	2.500	2.500
- Kab. Kuningan	2.600	2.400	2.400
- Kab. Majalengka	2.550	2.300	2.300
- Kab. Subang	5.670	5.400	5.200
- Kab. Purwakarta	2.850	3.350	3.350
- Kab. Karawang	2.650	2.400	2.400
- Kota/Kab. Bogor	4.500	4.500	4.450
- Kota/Kab. Bekasi	2.600	2.400	2.350
- Kab. Cianjur	5.350	5.200	5.100
- Kota/Kab. Sukabumi	7.000	7.000	6.800
-DKI Jakarta	7100	7000	6500
- Banten	5000	4800	4200
- Jawa Tengah	500	500	500
- Yogyakarta	400	400	400

(Sumber : Pusat Data dan Riset)

Dari tabel 1.3 di atas dapat terlihat penjualan koran Harian Pikiran Rakyat, dari tahun ketahun mengalami penurunan, meskipun tidak terlalu besar tiap tahunnya. Dan juga terlihat Kota Bandung memiliki porsi terbesar dalam penjualan koran harian Pikiran Rakyat. Hal ini dikarenakan tingkat persaingan surat kabar di Jawa Barat pada umumnya dan kota Bandung pada khususnya semakin ketat.

Berdasarkan hasil survey pendahuluan terhadap 10 responden yang merupakan pembaca surat HU. Pikiran Rakyat diperoleh data keluhan para pembaca surat kabar Pikiran Rakyat. data tersebut terlihat pada Tabel 1.1 dibawah ini.

Tabel 1.4 Kritik Pembaca Surat Kabar Pikiran Rakyat

NO	Kritik Pembaca
1	Berita olahraga dirasakan masih kurang
2	Jumlah halaman berkurang dari 32 halaman menjadi 28 halaman
3	Kedatangan koran ke rumah sering terlambat
4	Hasil cetakan warna terkadang menjadi gelap dan tulisan menjadi tidak tajam sehingga agak sulit dibaca

(Sumber : Survei Pendahuluan, 2015)

Untuk menyikapi fenomena penurunan jumlah pembaca, penurunan *market share*, dan berbagai keluhan pembaca HU Pikiran Rakyat. Penulis tertarik untuk mengkaji pengendalian kualitas pelayanan pada HU Pikiran Rakyat karena HU Pikiran Rakyat perlu melakukan sebuah perbaikan tentang peningkatan kualitas layanan yang berbasis pada kebutuhan dan keinginan pembacanya. Untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanannya dan agar dapat bersaing dengan pesaing yang lainnya, Pikiran Rakyat Bandung harus mencari solusi untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Salah satu metode yang digunakan untuk mengendalikan kualitas pelayanan adalah dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)* menurut Heizer & Render (2011:248) adalah proses menetapkan apa yang akan memuaskan pelanggan dan menerjemahkan keinginan pelanggan pada desain yang dijadikan sasaran. Identy adalah untuk memahami keinginan pelanggan dan memperkenalkan solusi alternative kepada mereka. Alat bantu yang digunakan dalam menerapkan metode *Quality Function Deployment (QFD)* ini adalah dengan menggunakan House of Quality (rumah kualitas) menurut Heizer&Render (2011:248) adalah teknis grafis untuk menjelaskan hubungan antara keinginan pelanggan dan produk (atau jasa).

Metode *Quality Function Deployment* ini sangat cocok bagi perusahaan untuk mengetahui kebutuhan pelanggan mana yang menjadi prioritas dan perusahaan juga dapat menentukan urutan prioritas respon atau karakteristik teknis yang harus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan para pembaca. Sehingga perusahaan dapat menentukan tindakan-tindakan yang perlu dilakukan untuk mengendalikan kualitasnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul “**Analisis kualitas layanan HU. Pikiran Rakyat dengan menggunakan Model *Quality Function Deployment* ”**

1.2 Identifikasi Masalah

1. Bagaimana pelayanan H.U. Pikiran Rakyat yang diinginkan konsumen ?
2. Bagaimanakah pengaplikasian metode QFD pada Pikiran Rakyat untuk mengendalikan kualitas Hariian Utama yang ditawarkan kepada konsumen?
3. Bagaimanakah *Strategy* Pikiran Rakyat dalam pengendalian kualitas berdasarkan metode QFD?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan peneliti ini adalah :

1. Untuk mengetahui pelayanan yang diinginkan oleh konsumen H.U Pikiran Rakyat.
2. Untuk mengetahui pengaplikasian metode QFD pada Pikiran Rakyat untuk mengendalikan kualitas Hariian Utama yang ditawarkan kepada konsumen.

3. Untuk mengetahui *Strategy* yang dapat dilakukan oleh Pikiran Rakyat terhadap pengendalian kualitas berdasarkan metode QFD.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian dilakukan agar memberi manfaat bagi semua pihak, antara lain :

1. Bagi penulis. Untuk mengembangkan ilmu yang telah didapat dan diterapkan pada perusahaan serta dapat memperluas wawasan berfikir khususnya dalam bidang pengendalian kualitas
2. Bagi perusahaan. Hasil penelitian diharapkan menjadi masukan yang bersifat membangun perusahaan untuk berubah ke arah yang lebih baik dari sebelumnya dalam meningkatkan kualitas HU. Pikiran Rakyat di kota Bandung
3. Bagi peneliti lain. Dapat dijadikan sebagai referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut dalam bidang yang sama

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memenuhi tugas akhir penulis, penelitian ini dilakukan pada Harian Utama Pikiran Rakyat yang terletak di Jl. Asia Afrika No. 77 Bandung 40111 Telp. (022) 4201634

1.7 Rencana Sistematika Skripsi

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam Bab ini diuraikan tentang latar belakang penelitian yang berisi uraian tentang alasan memilih judul analisis kualitas produk jasa travel dengan metode *Quality Function Deployment* (QFD) pada HU Pikiran Rakyat, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB 2 : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan tentang teori - teori yang digunakan untuk menyusun kerangka pemikiran teoritis. Teori yang digunakan menyangkut konsep pengendalian, konsep kualitas, dan konsep metode *Quality Function Deployment* (QFD).

BAB 3 : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Berisi penjelasan tentang jenis penelitian yang digunakan, metode penelitian, pengumpulan data, dan teknik analisis data,

BAB 4 : ANALISA DAN HASIL PENELITIAN

Berisi urutan langkah yang harus ditempuh dalam penelitian dari pembuatan Metode *Quality Function Deployment* (QFD) sampai kepada analisis data yang disesuaikan dengan teori pustaka yang terkait sehingga hasil penelitian dapat segera diketahui.

BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab terakhir ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan secara keseluruhan dan saran yang disampaikan oleh penulis