

**PENERAPAN KONSEP *SIX SIGMA* UNTUK
MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PADA
BISNIS *BARBERSHOP* DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh
Abdul Munir
150410148**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK DAN KOMPUTER
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

**PENERAPAN KONSEP *SIX SIGMA* UNTUK
MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PADA
BISNIS *BARBERSHOP* DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana



Oleh
Abdul Munir
150410148

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK DAN KOMPUTER
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Abdul Munir
NPM : 150410148
Fakultas : Teknik dan Komputer
Program Studi : Teknik Industri

Menyatakan bahwa “ **Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

PENERAPAN KONSEP *SIX SIGMA* UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PADA BISNIS *BARBERSHOP* DI KOTA BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 24 Juli 2019

Materai 6000

Abdul Munir
150410148

**PENERAPAN KONSEP *SIX SIGMA* UNTUK
MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PADA
BISNIS *BARBERSHOP* DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana

**Oleh
Abdul Munir
150410148**

Telah disetujui pembimbing pada tanggal seperti tertera di bawah ini

Batam, 03 Agustus 2019

**Nofriani Fajrah, S.T., M.T.
Pembimbing**

ABSTRAK

Revolusi industri 4.0 seperti sekarang, membuat masyarakat sangat kritis dalam berbagai faktor, salah satunya adalah kualitas. Masyarakat menganggap bahwa kualitas suatu produk atau layanan yang diberikan adalah kunci keberhasilan sebuah perusahaan, terutama jasa. *Varo Barbershop* adalah salah satu penyedia layanan pangkas rambut Di Kota Batam, dan didirikan pada tahun 2018. Pangsa pasar bisnis pangkas rambut sangat luas, karena memangkas rambut adalah kegiatan yang setiap orang akan lakukan secara rutin. *Varo Barbershop* harus meningkatkan kualitas layanannya karena tingkat kepuasan pelanggan masih rendah, yang ditandai dengan banyaknya keluhan dari pelanggan yang mencukur rambut mereka. Tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan *Varo Barbershop* berdasarkan level sigma. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menghitung nilai DPMO dan menentukan level sigma untuk setiap dimensi *servqual*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa level sigma tertinggi diperoleh oleh dimensi *emphaty* yaitu sebesar 3,74 sigma dan level sigma terendah diperoleh oleh dimensi *reliabilitas* yaitu sebesar 3,31 sigma. Ini menunjukkan bahwa tingkat layanan yang diberikan oleh *Varo Barbershop* dalam hal komunikasi dengan pelanggan cukup baik dan memberikan layanan yang ramah dan sopan kepada pelanggan.

Kata kunci: *Six Sigma, Servqual, Kualitas*

ABSTRACT

The industrial revolution 4.0 as it is now, makes the community very critical in various factors, one of which is quality. The community considers that the quality of a product or service provided is the key to the success of a company, especially services. Varo Barbershop is one of the barber service providers in Batam city, and was established in 2018. The market share of the barbershop business is very broad, because trimming is an activity that everyone will routinely do. Varo Barbershop must improve the quality of its services because the level of customer satisfaction is still low, which is characterized by many complaints from customers who shave their hair. The purpose of the research that will be carried out is to determine the level of service quality of Varo Barbershop based on sigma level. The method used in this research is the determination of the DPMO value and the sigma level for each servqual dimension. The results of this study indicate that the highest sigma level is obtained by the emphaty dimension that is equal to 3.74 sigma and the lowest sigma level is obtained by the reliability dimension that is equal to 3.31 sigma. This shows that the level of service provided by Varo Barbershop in terms of communication with customers is good enough and provides friendly and polite service to customers.

Keyword : Six Sigma, Servqual, Quality

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi s1 (S1) pada Program Studi Teknik Industri Universitas Putera Batam.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran akan senantiasa peneliti terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, peneliti menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam Dr Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI.
2. Dekan Fakultas Teknik Universitas Putera Batam Bapak Amrizal, S.Kom., M.SI. ;
3. Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Putera Batam Bapak Welly Sugianto, S.T., M.M. ;
4. Ibu Nofriani Fajrah, S.T., M.T. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Teknik Industri Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Syafiq Prayogi selaku pemilik Varo Barbershop Batam;
7. Karyawan Varo Barbershop Batam;
8. Orang Tua, yang tak pernah lelah memberikan dukungan, doa, dan motivasi kepada peneliti dalam setiap proses yang dijalani;
9. Sahabat-sahabat seperjuangan, Fauzi, Muhammad Sibaweh;
10. Rekan-rekan Teknik Industri yang selalu memberikan motivasi dan dorongan serta nasehat baik nya kepada peneliti;

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Aamiin.

Batam, 24 Juli 2019

Abdul Munir

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR RUMUS	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Manfaat Penelitian	4
1.6.1 Manfaat Teoritis	4
1.6.2 Manfaat Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Kualitas Pelayanan	6
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	7
2.1.3 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	9
2.1.4 Konsep Jasa	11

2.1.5 <i>Service Quality</i>	12
2.1.6 <i>Six Sigma</i>	13
2.1.7 Manfaat <i>Six Sigma</i>	15
2.1.8 Perhitungan DPMO	17
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Desain Penelitian.....	21
3.2 Variabel Penelitian	22
3.2.1 Variabel Independen	22
3.2.2 Variabel Dependen.....	24
3.3 Populasi dan Sampel	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data	24
3.5 Teknik Analisis Data.....	26
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	27
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	27
3.6.2 Jadwal Penelitian.....	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Pengumpulan Data	29
4.2 Pengolahan Data	30
4.2.1 Dimensi <i>Tangible</i>	30
4.2.2 Dimensi <i>Reliability</i>	30
4.2.3 Dimensi <i>Responsiveness</i>	31
4.2.4 Dimensi <i>Assurance</i>	31
4.2.5 Dimensi <i>Emphaty</i>	31
4.2.6 Konversi Hasil DPMO Ke Sigma Level	32
4.3 Analisis Hasil Pengolahan Data.....	33
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	36

5.1 Kesimpulan.....	36
5.2 Saran.....	36
DAFTAR PUSTAKA.....	37
LAMPIRAN I PENDUKUNG PENELITIAN	
LAMPIRAN II DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN III SURAT KETERANGAN PENELITIAN	
LAMPIRAN IV SURAT BALASAN IZIN PENELITIAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	21
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	22
Gambar 3.2 Lokasi Penelitian	30

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Rekapitulasi Hasil Wawancara Terbuka	29
Tabel 4.2 Perhitungan DPU, DPMO, dan Tingkat Sigma.....	32

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 2.1 <i>Defect Per Opportunities</i> (DPO).....	17
Rumus 2.2 <i>Defect Per Million Opportunities</i> (DPMO).....	18

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) ditambah dengan adanya Revolusi Industri 4.0 seperti sekarang ini, membuat masyarakat menjadi sangat kritis dalam berbagai faktor, salah satunya adalah kualitas. Kualitas merupakan permasalahan utama dalam segala kegiatan produksi. Masyarakat menganggap bahwa kualitas sebuah produk maupun pelayanan yang diberikan merupakan kunci utama keberhasilan dari suatu perusahaan, khususnya jasa. Perusahaan jasa dalam menjalankan bisnisnya sangat memperhatikan kepentingan pelanggan, dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan semua kebutuhannya terpenuhi. Salah satu cara dalam memenangkan persaingan adalah dengan melakukan pembenahan kinerja pelayanan, antara lain melakukan analisis ulang terhadap proses pelayanan, sumber daya manusia dan hal-hal lainnya, sehingga diharapkan kualitas pelayanan yang baik dapat dicapai.

Perusahaan akan sangat beruntung apabila dapat mengetahui apa yang diinginkan konsumen atas produk maupun jasanya. Hal tersebut merupakan informasi yang sangat berharga yang dapat digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap perusahaannya dan berguna untuk memahami, kemudian berusaha untuk memenuhi semua keinginan konsumen. Diharapkan juga pihak perusahaan dapat menentukan kebijakan-kebijakan yang tepat dalam strategi memasarkan produknya dan untuk menghadapi persaingan pasar.

Semakin hari, gaya hidup masyarakat pun semakin meningkat. Hal ini membuat masyarakat sangat peduli dan selalu memperhatikan penampilan, baik pakaian maupun model gaya rambut yang mengikuti zaman. Umumnya, hanya wanita yang suka mengganti gaya rambut, namun sekarang pria pun juga peduli dengan gaya rambut. Dahulu, pria hanya perlu ke tukang cukur dibawah pohon atau dipinggir jalan untuk memangkas rambut, tapi sekarang tukang cukur dibawah pohon dan dipinggir jalan menjadi lebih modern dengan sebutan *barbershop*, tentunya dengan kualitas yang jauh lebih baik dari tukang cukur yang dipinggir jalan. *Barbershop* umumnya menampilkan gaya rambut maskulin, mulai dari sumber daya manusianya yang sangat ahli pada bidangnya dan mampu membuat pelanggannya merasa lebih percaya diri.

Varo Barbershop merupakan salah satu penyedia jasa pangkas rambut yang ada Di Kota Batam, dan berdiri pada tahun 2018. Pangsa pasar bisnis *barbershop* sangat luas, karena memangkas rambut adalah kegiatan yang pasti akan dilakukan oleh setiap orang secara rutin. Belakangan ini *Varo Barbershop* sering mendapat keluhan dari pelanggan yang mencukur rambutnya. Masalah yang paling sering dikeluhkan adalah ketidaksesuaian hasil pangkas dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Muncul juga keluhan-keluhan yang lain seperti karyawan lama dalam mencukur, pelanggan lama mengantri karena keterbatasan karyawan, tidak memiliki pilihan model rambut, ruang tunggu yang kurang nyaman dan lokasi kurang strategis.

Selain itu, banyaknya *barbershop* lain yang juga menyediakan pelayanan sama seperti: *Mr. CUT Barbershop*, *Black Box*, *The Twin Barbershop*, dan *Twoboys Barbershop*, membuat *Varo Barbershop* harus meningkatkan kualitas pelayanannya agar menjadi pilihan para remaja dan tidak kalah saing dengan *barbershop* lainnya. Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah disampaikan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENERAPAN KONSEP *SIX SIGMA* UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PADA BISNIS *BARBERSHOP* DI KOTA BATAM”. Dengan menggunakan konsep *Six Sigma*, diharapkan dapat mengurangi ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Varo Barbershop*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Hasil pangkas tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.
2. Karyawan *Varo Barbershop* lama dalam mencukur.
3. *Varo Barbershop* hanya memiliki 2 karyawan sehingga menyebabkan pelanggan lama dalam mengantri.
4. *Varo Barbershop* tidak memberikan pilihan model rambut yang sesuai dengan bentuk wajah.
5. *Varo Barbershop* tidak memiliki ruang tunggu yang nyaman.
6. Akses lokasi *Varo Barbershop* kurang strategis.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan yaitu “Berapa tingkat kualitas pelayanan Varo *Barbershop* berdasarkan level sigma?”

1.4 Batasan Masalah

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas, maka penulis memberikan batasan masalah pada:

1. Penerapan konsep *Six Sigma* dilakukan untuk kelima dimensi *Servqual*.
2. Pengukuran pada konsep *Six Sigma* menggunakan perhitungan DPMO dan sigma level.
3. Penelitian dilakukan Di Wilayah Sagulung yaitu pada Varo *Barbershop*.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan Varo *Barbershop* berdasarkan level sigma.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menambah wawasan dalam penerapan ilmu Teknik Industri khususnya Sistem Pengendalian Kualitas.
2. Mengetahui bahwa dengan menerapkan konsep *Six Sigma* dapat meningkatkan kualitas pelayanan.

1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat bagi perusahaan, dapat memberikan pemahaman dan pertimbangan dalam menetapkan standar kualitas pelayanan *Varo Barbershop*.
2. Manfaat bagi Universitas Putera Batam, dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi yang melakukan penelitian dengan judul yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2008), kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun (Lubis & Andayani, 2017:234). Kualitas Pelayanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan pelayanan suatu perusahaan. Kualitas layanan sangat berpengaruh dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Kualitas menjadi bagian yang terintegrasi pada semua produk dan jasa. Montgomery (1998) mendefinisikan bahwa pengendalian kualitas merupakan aktivitas keteknikan dan manajemen yang dengan aktivitas itu diukur ciri-ciri kualitas produk, membandingkannya dengan spesifikasi atau persyaratan dan mengambil tindakan perbaikan yang sesuai apabila ada perbedaan antara penampilan yang sebenarnya dan yang standar. Dalam persepsi kualitas, terdapat dua dimensi utama (Gaussian, 2015: 22), yaitu:

1. *Technical Quality* (Kualitas Teknik)

Dimensi ini berkaitan dengan kualitas output jasa yang dipersepsikan pelanggan

2. *Functional Quality* (Kualitas Fungsi)

Dimensi ini berkaitan dengan kualitas cara penyampaian jasa yang menyangkut proses transfer kualitas teknis, output atau hasil akhir jasa dari penyedia jasa kepada pelanggan.

2.1.2 **Kepuasan Pelanggan**

Kotler dan Armstrong (1996) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan pada suatu pembelian tergantung pada kinerja produk bagi harapan pembeli (Gaussian, 2015:22). Seorang pelanggan mungkin mengalami berbagai tingkat kepuasan. Bila kinerja produk tidak sesuai harapan, pelanggan akan merasa tidak puas dan begitu juga sebaliknya. Harapan didasarkan pada pengalaman di waktu sebelumnya, informasi dan janji dari pemasar dan pesaingnya. Jadi kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya.

Pengukuran kepuasan pelanggan sangatlah penting untuk dilakukan karena memberikan informasi bermanfaat bagi perusahaan, pemegang saham, investor, dan konsumen. Menurut Tjiptono (2011), ada 6 indikator kepuasan pelanggan (Harris & Sri, 2016:1298):

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan

Pelanggan langsung ditanya seberapa puas dengan produk atau jasa. Kepuasan diukur berdasar produk atau jasa perusahaan bersangkutan dan

membandingkan dengan tingkat kepuasan keseluruhan terhadap produk atau jasa pesaing.

2. Dimensi kepuasan pelanggan

Mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan dan meminta pelanggan menilai produk atau jasa berdasar item spesifik, seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan atau keramahan staff.

3. Konfirmasi harapan

Kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk pada sejumlah atribut atau dimensi penting.

4. Minat pembelian ulang

Kepuasan pelanggan diukur berdasar perilaku dengan jalan menanyakan pelanggan apakah akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

5. Kesiediaan untuk merekomendasi

Kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarga.

6. Ketidakpuasan pelanggan

Ketidakpuasan pelanggan meliputi keluhan, retur, biaya garansi, *productrecall*, dan konsumen yang beralih ke pesaing.

2.1.3 Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjipto dan Gregorius Chandra (2005), ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan (Nokta, 2018:62), yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran

Industri yang berwawasan pelanggan akan menyediakan formulir bagi pelanggan untuk melaporkan kesukaan dan keluhannya. Adapun informasinya dapat berupa kotak saran dan telepon pengaduan bagi pelanggan.

2. Survei Kepuasan Pelanggan

Industri yang responsif mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survei berkala, yaitu dengan mengirimkan daftar pertanyaan atau menelpon secara acak dari pelanggan untuk mengetahui perasaan mereka terhadap berbagai kinerja industri.

3. Pelanggan Bayangan (*Ghost Shopping*)

Kelemahan yang dialami waktu membeli produk dari industri sendiri maupun industri saingannya.

4. Analisa Pelanggan yang beralih

Industri dapat menghubungi pelanggan yang tidak membeli lagi atau berganti pemasok untuk mengetahui penyebabnya (apakah harganya tinggi, pelayanan kurang baik, produknya kurang dapat diandalkan dan seterusnya, sehingga dapat diketahui tingkat kehilangan pelanggan).

Menurut Cronin dan Taylor (1992), dalam mengemukakan hubungan antara kualitas dan kepuasan adalah kepuasan membantu pelanggan dalam merevisi persepsinya terhadap kualitas jasa (Harris & Sri, 2016:1298). Dasar pemikirannya adalah:

1. Bila konsumen tidak memiliki pengalaman sebelumnya dengan suatu perusahaan, maka persepsinya terhadap kualitas jasa perusahaan tersebut akan didasarkan pada ekspektasinya.
2. Interaksi (*service encounter*) berikutnya dengan perusahaan tersebut akan menyebabkan konsumen memasuki proses diskonfirmasi dan merevisi persepsinya terhadap kualitas jasa.
3. Setiap interaksi tambahan dengan perusahaan itu akan memperkuat atau sebaliknya malah mengubah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa.
4. Persepsi terhadap kualitas jasa yang telah direvisi memodifikasikan minat beli konsumen terhadap perusahaan di masa yang akan datang (Hoffman dan Bateson, 1997).
5. Pada akhirnya penelitian ini akan menghasilkan penjelasan mengenai apakah faktor-faktor dari dimensi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen.

2.1.4 Konsep Jasa

Menurut Kotler (2009), jasa (*service*) adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun (Darwati, Mustafid, & Suparti, 2015:305).

Karakteristik jasa menurut Philip Kotler (Wisnubroto, Anggoro, Kalisahak, & Balapan, 2012:117) dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Intangibles* (tidak berwujud). Karakteristik jasa ini menyebabkan konsumen tidak dapat melihat, mencium, meraba, mendengar dan merasakan hasilnya sebelum mereka membelinya.
2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan). Karakteristik jasa ini tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, yaitu perusahaan atau orang yang menghasilkannya.
3. *Variability* (bervariasi). Karakteristik jasa seperti ini membuat pelayanan yang diberikan sering kali berubah-ubah tergantung dari siapa yang menyediakannya, kapan, dan dimana penyajian jasa tersebut disampaikan.
4. *Perishability* (tidak tahan lama). Karakteristik jasa ini tidak dapat disimpan atau mudah hilang sehingga tidak dapat dijual pada masa akan datang.

Kebanyakan proses jasa melibatkan manusia, sering kali tidak terdapat sistem pengukuran atau jika ada maka sistem pengukuran itu tidak terdefiniskan dengan

baik karena banyak orang beranggapan bahwa kesalahan tidak dapat diukur. Dengan demikian kita harus membuat sistem pengukuran sebelum melakukan pengumpulan data. Penerapan *six sigma* dalam bidang jasa mengharuskan pengkajian empat tolak ukur penting dalam pengukuran kinerja (Asih, 2014:301) yaitu:

1. Keakuratan, yang diukur melalui angka finansial yang tepat, informasi yang lengkap atau tidak adanya kesalahan data.
2. Masa siklus, yang mengukur berapa lama waktu yang diperlukan untuk melakukan sesuatu, misalnya membayar tagihan.
3. Biaya, yaitu biaya internal untuk melakukan aktifitas proses. Kebanyakan kasus, biasanya biaya ditentukan oleh keakuratan dan atau masa siklus proses. Semakin panjang waktu yang diperlukan dan lebih banyak kesalahan yang harus dibenahi maka semakin tinggi biaya yang diperlukan.
4. Kepuasan pelanggan, yang biasanya merupakan cara pengukuran kesuksesan yang utama.

2.1.5 Service Quality

Menurut Parasuraman et al. (1988), *Service Quality* atau kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima atau diperolehnya (Darwati et al., 2015: 306). Terdapat lima dimensi utama dalam *ServQual* yaitu :

- a. Bukti fisik (*Tangibles*), berkaitan dengan fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan oleh perusahaan, serta penampilan karyawan.

- b. Reliabilitas (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang telah disepakati.
- c. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkaitan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu dan merespon permintaan pelanggan.
- d. Jaminan (*Assurance*), berkaitan dengan perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan memberikan rasa aman bagi para pelanggannya.
- e. Empati (*Emphaty*), berarti perusahaan mampu memahami masalah para pelanggannya dan memberikan perhatian personal kepada pelanggan.

2.1.6 Six Sigma

Menurut Gasperz (2002), *six sigma* adalah suatu visi peningkatan kualitas dalam mencapai target 3,4 kegagalan per sejuta kesempatan untuk setiap proses transaksi produk barang dan jasa (Firdian & Budi, 2012:52). Menurut Manggala (2005), *six sigma* merupakan sebuah metodologi terstruktur untuk memperbaiki proses yang difokuskan pada usaha mengurangi variasi proses (*process variances*) sekaligus mengurangi cacat (produk atau jasa yang diluar spesifikasi) dengan menggunakan statistik dan *problem solving tools* secara intensif (Wisnubroto et al., 2012:118).

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *six sigma* merupakan suatu metode atau teknik baru dalam hal pengendalian dan peningkatan kualitas

produk atau jasa, karena sistem ini sangat komprehensif dan fleksibel untuk mencapai, mempertahankan, dan memaksimalkan kesuksesan suatu usaha. Metode ini sangat dipengaruhi oleh kebutuhan pelanggan dan penggunaan fakta serta data, dan memperhatikan secara cermat sistem pengelolaan, perbaikan kembali dalam suatu proses.

Six sigma dikembangkan disektor manufaktur dan banyak digunakan perusahaan, salah satunya seperti Motorola. Banyak perusahaan sektor jasa menganggap bahwa *six sigma* tidak dapat diterapkan di perusahaan mereka. Sebenarnya, *six sigma* dapat diterapkan diberbagai macam perusahaan. Semua proyek *six sigma* memiliki tiga karakter utama (Asih, 2014:300):

1. Terdapat masalah untuk dipecahkan.
2. Terdapat proses tempat masalah berada.
3. Terdapat satu atau lebih cara pengukuran untuk mengukur jarak yang perlu dijembatani dan dapat digunakan untuk memonitor kemajuan.

Menurut Gaspersz (2005) terdapat enam aspek kunci yang perlu diperhatikan dalam aplikasi konsep *Six Sigma*, (Ekonomi & Samudra, 2016:618) yaitu:

1. Identifikasi pelanggan
2. Identifikasi produk
3. Identifikasi kebutuhan dalam memproduksi produk untuk pelanggan
4. Definisi proses

5. Menghindari kesalahan dalam proses dan menghilangkan semua pemborosan
6. Tingkatkan proses secara terus menerus menuju target *Six Sigma*

2.1.7 Manfaat *Six Sigma*

Menurut Pande (2002), ada beberapa manfaat *six sigma* bagi perusahaan (Sirine et al., 2017:258), yaitu :

1. Menghasilkan sukses berkelanjutan

Six sigma menciptakan keahlian dan budaya untuk terus-menerus bangkit kembali. Cara untuk melanjutkan pertumbuhan dan tetap menguasai pertumbuhan sebuah pasar yang aman adalah dengan terus-menerus berinovasi dan membuat kembali organisasi.

2. Mengatur tujuan kinerja bagi setiap orang

Dalam sebuah perusahaan, membuat setiap orang bekerja dalam arah yang sama dan berfokus pada tujuan bersama. Masing-masing fungsi, organisasi, dan individu mempunyai sasaran dan target yang berbeda-beda. Sekalipun demikian, ada hal yang dimiliki oleh semua orang di dalam atau di luar perusahaan. *Six sigma* menggunakan hal tersebut untuk menciptakan sebuah tujuan yang konsisten.

3. Memperkuat nilai pada pelanggan

Dengan persaingan yang ketat di setiap industri hanya pengiriman produk dan jasa yang bermutu atau bebas cacat tidaklah menjamin sukses. Fokus pada pelanggan pada inti *six sigma*, yang artinya mempelajari nilai apa yang berarti

bagi para pelanggan dan merencanakan bagaimana mengirimkannya kepada mereka secara menguntungkan.

4. Mempercepat tingkat perbaikan

Dengan meminjam alat-alat dan ide-ide dari banyak disiplin ilmu, *six sigma* membantu sebuah perusahaan untuk tidak hanya meningkatkan kinerja tetapi juga meningkatkan perbaikan. Dengan teknologi informasi yang menentukan kecepatan langkah, harapan pelanggan terhadap perbaikan semakin nyata. Perusahaan yang tercepat melakukan perbaikan kemungkinan besar akan memenangkan persaingan.

5. Mempromosikan pembelajaran dan “*cross-pollination*”

Six sigma merupakan sebuah pendekatan yang dapat meningkatkan dan mempercepat pengembangan dan penyebaran ide-ide baru disebuah organisasi keseluruhan. Orang-orang yang terlatih dengan keahlian dalam banyak proses serta bagaimana mengelola dan memperbaiki proses dapat dipindah ke divisi lain dengan kemampuan untuk menerapkan proses dengan lebih cepat. Ide-ide mereka dapat dibagikan sehingga kinerja lebih mudah untuk diperbandingkan.

6. Melakukan perubahan strategi

Memperkenalkan produk baru, meluncurkan kerjasama baru, dan memasuki pasar baru merupakan aktivitas-aktivitas bisnis sehari-hari yang biasa dilakukan oleh perusahaan. Dengan lebih memahami proses dan prosedur perusahaan akan memberikan kemampuan yang lebih besar untuk melakukan

penyesuaian-penyesuaian kecil ataupun perubahan-perubahan besar yang dituntut oleh sukses bisnis.

2.1.8 Perhitungan DPMO

Beberapa perhitungan yang digunakan dalam *six sigma* (Pande et al., 2010:14) adalah sebagai berikut:

1. *Defect Per Opportunities* (DPO)

Defect Per Opportunities (DPO) merupakan suatu ukuran kegagalan yang menunjukkan banyaknya cacat atau kegagalan per satu kesempatan.

$$\boxed{DPO = \frac{\text{cacat}}{\text{unit yang diproduksi} \times \text{CTQ}}} \quad \text{atau} \quad \boxed{DPO = \frac{\text{cacat}}{\text{peluang} / \text{opportunities}}}$$

2. *Defect Per Million Opportunities* (DPMO)

Defect Per Million Opportunities (DPMO) merupakan ukuran kegagalan dalam program peningkatan kualitas *six sigma*, yang menunjukkan kegagalan per sejuta kesempatan. Target dari pengendalian kualitas *six sigma* Motorola sebesar 3,4 DPMO diinterpretasikan sebagai dalam suatu unit produk tunggal terdapat rata-rata kesempatan untuk gagal dari suatu karakteristik CTQ adalah hanya 3,4 kegagalan per satu juta kesempatan (Harahap, Parinduri, Ama, & Fitria, 2017: 213). Besarnya kegagalan per satu juta kesempatan (DPMO) dihitung berdasarkan persamaan yaitu:

$$\boxed{DPMO = DPO \times 1.000.000}$$

atau

$$\text{DPMO} = \frac{\text{Jumlah cacat produksi}}{\text{Jumlah produksi}} \times 1.000.000$$

3. Sigma Level

Pada program peningkatan kualitas *Six Sigma*, perhitungan Sigma Level dapat dilakukan dengan beberapa metode. Adapun metode tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Menggunakan *Microsoft Excel*, maka perhitungan Sigma Level dapat dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$\text{Normsinv} (1.000.000 - \text{DPMO}/1.000.000) + 1.5$$
- b. Menggunakan tabel konversi nilai DPMO ke nilai Sigma berdasarkan konsep Motorola oleh Vincent Gaspersz

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama, (Wisnubroto et al., 2012) dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Dengan Metode *Six Sigma* Pada Hotel Malioboro INN Yogyakarta”. Dalam penelitian tersebut, ditemukan keluhan terjadi pada proses pelayanan, karena nilai rata-rata DPMO 133,379 dan tingkat sigma 2,6. Dimana tingkat sigma yang telah dicapai masih jauh dari target yang diinginkan adalah 6 sigma dan DPMO 3,4, lalu atribut yang memiliki tingkat kegagalan paling tinggi adalah “kecepatan waktu pelayanan *service*” yaitu sebesar 257,813 DPMO dengan tingkat Sigma 2.2. dari tingkat kegagalan paling tinggi telah ditemukan faktor penyebabnya ialah kecepatan pelayanan *service*, dimana kurangnya pengalaman dan proses *trainer* yang tidak maksimal dapat mempengaruhi proses pelayanan yang terjadi pada Hotel Malioboro.

Penelitian kedua, (Dearmi & Fajrah, N., 2018) dengan judul “Evaluasi Kepuasan Pelanggan Dengan Metode *Servqual* Pada CV Riz Jaya Sejati Di Kota Batam”. Dalam penelitian tersebut, dilakukan pengukuran menggunakan indikator *servqual* dan didapatkan nilai sigma paling tinggi adalah dimensi *tangible* yaitu data produk yang tidak sesuai (salah/hilang/rusak) berada pada level/tingkat 3,8 sigma ($3,8\sigma$) dan bisa dikatakan cukup baik. Tingkat sigma paling rendah adalah dimensi *assurance* yaitu data permintaan produk berada pada level/tingkat 2,8 sigma ($2,8\sigma$) yang berarti masih kurang dan harus ditingkatkan lagi untuk mencapai level 6 sigma.

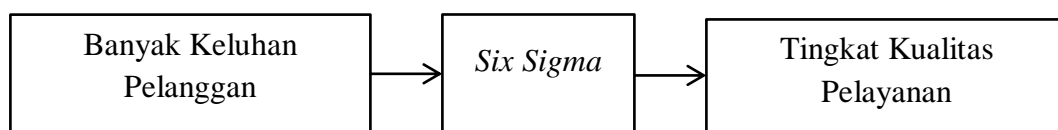
Penelitian ketiga, (Dubey & Yadav, 2016) dengan judul “Implementasi metodologi DMAIC *six sigma* dalam industri pracetak untuk peningkatan kualitas”. Dalam penelitian tersebut, cacat utama yang diperhatikan adalah retak, deviasi dimensi, dan *chip off*, yang mencakup 80% dari keseluruhan cacat.

Penelitian keempat, (Ramanan, Kumar, & Ramanakumar, 2014) dengan judul “Kerangka DMAIC untuk Meningkatkan Kualitas di Institusi Pendidikan Teknik”. Dalam penelitian tersebut, disampaikan bahwa struktur DMAIC untuk EEE telah terstruktur dan dirumuskan. Setiap fase dan kerumitan dengan alat yang berlaku bersama dengan studi kasus dibahas secara terpisah dalam publikasi mendatang. Ini juga dimasukkan untuk membawa keluar bagaimana menggabungkan kerja DMAIC *Frame* yang diusulkan dalam pekerjaan ini dapat digabungkan dengan Standar ISO yang diadopsi oleh EEE, sehingga menghindari / mengulangi pekerjaan administratif. Model DFSS untuk lembaga-lembaga yang memiliki kesempatan untuk

memperkenalkan makalah / kursus baru dibahas secara terpisah dalam pekerjaan di masa depan.

Penelitian kelima, (Kabir, Mahbul, Bobby, & Lutfi, 2013) dengan judul “Peningkatan Produktivitas dengan menggunakan *Six Sigma*”. Dalam penelitian tersebut, menjelaskan bahwa dalam organisasi kasus, dicatat bahwa para pekerja sangat sibuk untuk menghasilkan jumlah kipas yang diharapkan. Hampir sepanjang waktu mereka melakukan tugas yang berulang yang menghabiskan waktu. Akibatnya, terkadang mereka menghasilkan kipas yang rusak. Dengan menerapkan 5s dan supermarket, adalah mungkin untuk mengurangi tugas yang berulang dengan menghemat waktu yang telah ditunjukkan pada analisis data. Akibatnya, ada sedikit kemungkinan untuk menghasilkan kipas yang rusak yang merupakan target utama *six sigma*. Di sisi lain dengan menerapkan keseimbangan garis, produktivitas meningkat dari 240 menjadi 312 per hari dengan mengurangi cacat. Akhirnya dikatakan bahwa, adalah mungkin untuk meningkatkan produktivitas dengan menggunakan *six sigma* yang merupakan tujuan utama dari penelitian ini.

2.3 Kerangka Pemikiran

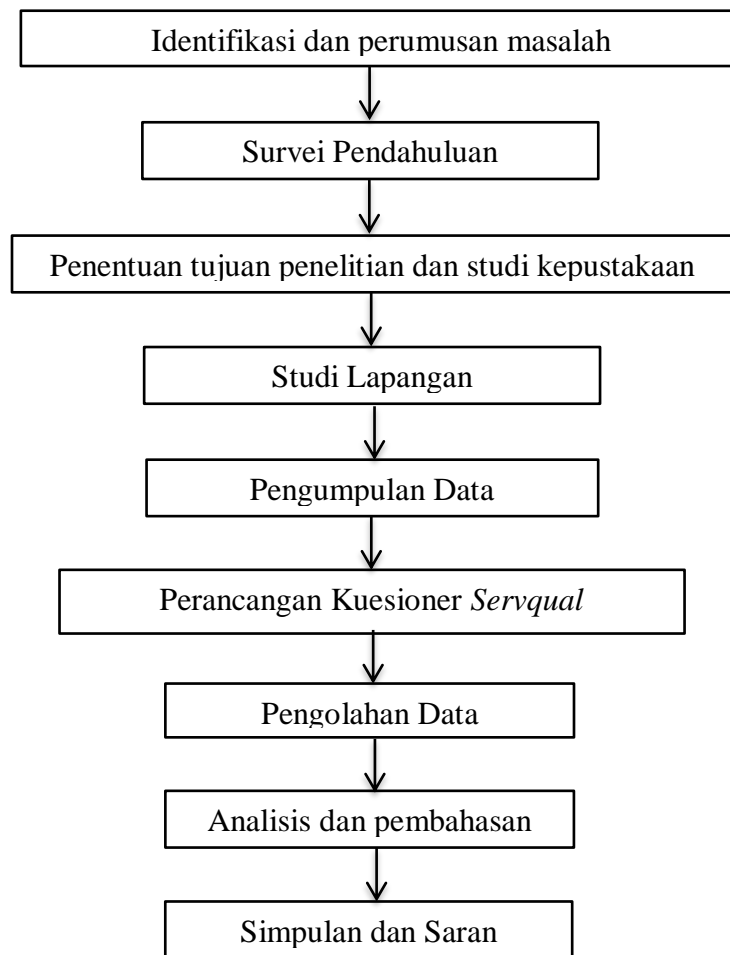


Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian



Gambar 3.1 Desain Penelitian

3.2 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen terdiri dari lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu : *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

3.2.1 Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh Varo *Barbershop*. Berikut adalah lima dimensi kualitas pelayanan:

1. *Tangible*

Tangible (bukti fisik) merupakan kemampuan Varo *Barbershop* dalam menunjukkan eksistensinya kepada pelanggan. Dalam penelitian ini meliputi fasilitas fisik sarana dan sarana prasarana yang tersedia. Diukur dengan indikator sebagai berikut :

- a. Memiliki ruang tunggu yang nyaman
- b. Lokasi yang strategis
- c. Memiliki alat dan teknologi modern
- d. Kenyamanan kursi potong rambut

2. *Reliability*

Reliability (keandalan) merupakan wujud pelayanan yang dijanjikan sesuai dengan pelaksanaannya. Dalam penelitian ini meliputi kemampuan karyawan Varo *Barbershop* dalam memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap

sesuai dengan yang telah dijanjikan kepada pelanggan. Diukur dengan indikator :

- a. Karyawan memastikan kebutuhan pelanggan terpenuhi dengan masih *standby* dengan pelanggan
- b. Hasil cukur sesuai dengan model yang diinginkan pelanggan

3. *Responsiveness*

Responsiveness (daya tanggap) merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat. Diukur dengan indikator :

- a. Karyawan cepat dalam melayani pelanggan
- b. Karyawan menangani keluhan pelanggan dengan cepat dan tepat

4. *Assurance*

Assurance (jaminan) merupakan jaminan yang diberikan karyawan kepada pelanggan, mencakup pengetahuan, keramahan para karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Diukur dengan indikator :

- a. Karyawan bisa memastikan pelanggan dapat memilih karyawan yang akan melayani
- b. *Barbershop* menggunakan *lotion* dan bedak yang aman untuk kulit

5. *Emphaty*

Emphaty (empaty) merupakan sikap peduli dan perhatian yang diberikan karyawan kepada pelanggan. Diukur dengan inikator :

- a. Karyawan memberikan pelayanan yang ramah dan sopan

- b. Komunikasi dengan pelanggan dalam bentuk kekeluargaan

3.2.2 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan sangatlah penting untuk dilakukan, karena dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi Varo *Barbershop* maupun pelanggan.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Varo *Barbershop*. Dalam memilih sampel, penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling* yaitu *Accidental Sampling*, karena peneliti mengetahui langsung responden yang akan diwawancarai.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

1. Survei Pendahuluan

Survei pendahuluan dilakukan pada tahap awal melakukan penelitian diperusahaan. Adanya survei pendahuluan ini diharapkan agar peneliti memperoleh gambaran umum mengenai situasi dan kondisi diperusahaan terkait dengan masalah yang diteliti.

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan, mengolah, dan mempelajari data-data kepustakaan, berupa buku-buku teori, literatur, dan karya-karya ilmiah yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

3. Studi Lapangan

Studi lapangan dilakukan dengan mengumpulkan data secara langsung ke obyek penelitian yang akan diteliti. Hal ini dilakukan agar peneliti mengetahui secara langsung hal-hal yang berhubungan dengan permasalahan yang ada dalam perusahaan.

Studi lapangan ini dilengkapi dengan :

a. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan kegiatan tanya jawab secara langsung kepada pelanggan yang telah menggunakan jasa *Varo Barbershop*. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi secara lengkap dan terperinci, terkait kualitas pelayanan, standar pelayanan dan proses layanan *Varo Barbershop*.

b. Perancangan Kuesioner

Kuesioner dirancang berdasarkan hasil adaptasi dari penelitian terdahulu yang dengan kebutuhan penelitian. Kuesioner semi-terstruktur ini digunakan untuk melakukan wawancara, yaitu responden menjawab kuesioner berdasarkan pernyataan yang telah disediakan dalam kuesioner, dapat ditambahkan maupun dikurangi, sesuai dengan persepsi responden.

c. Validasi Pertanyaan Wawancara

Serangkaian instrumen pertanyaan yang telah ada pada penelitian terdahulu, dilakukan validasi sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Validasi dilakukan oleh Nofriani Fajrah, S.T., M.T. selaku dosen Teknik Industri yang memiliki kepakaran dalam bidang kualitas. Validasi pertanyaan-pertanyaan dilakukan berdasarkan dari topik penelitian ini yaitu elemen-elemen pernyataan yang berhubungan dengan penerapan konsep *servqual* pada bisnis *barbershop*. Validasi bertujuan untuk memilih, menyesuaikan dan memperoleh atribut-atribut pernyataan *servqual* yang digunakan penelitian.

3.5 Teknik Analisis Data

Dalam melakukan analisis data, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif kuantitatif. Pendekatan kualitatif kuantitatif merupakan suatu penggabungan pendekatan yang dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan wawancara (*face to face*) disebut juga metode kualitatif, kemudian data diolah dan dikonversikan kedalam DPMO (*Defects per Million Opportunity*) disebut juga metode kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi tahap-tahap sebagai berikut:

1. Pengumpulan data untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dengan melakukan wawancara semi terstruktur, karena menggunakan kuesioner terbuka.

2. Proses pengolahan data meliputi beberapa tahap sebagai berikut:

- a. Melakukan analisis untuk kelima dimensi *Servqual*
- b. Menghitung *Defects per Unit (DPU)*

$$DPU = \frac{\text{Jumlah layanan}}{\text{Layanan yang cacat}}$$

- c. Menghitung *Defects per Million Opportunity (DPMO)*

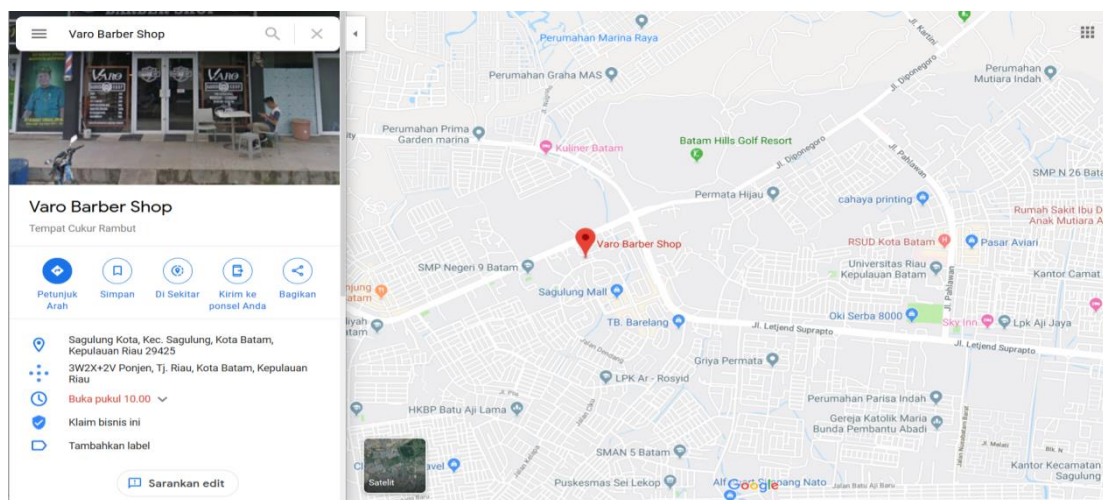
$$DPMO = \frac{DPU}{\text{Probabilitas layanan yang cacat}} \times 1.000.000$$

3. Penentuan tingkat (level) kualitas pelayanan dengan mengkonversikan nilai DPMO untuk setiap atribut *servqual* terhadap level sigma.

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan Di *Varo Barbershop* yang berlokasi Di *Ruko Winner Bugis Junction B5/10* wilayah *Sagulung Kecamatan Batu Aji Kota Batam Provinsi Kepulauan Riau*.



Gambar 3.2 Lokasi Penelitian

3.6.2 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan																		
		Maret-19				April-19				Mei-19				Juni-19				Juli-19		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1	Pemilihan Tempat	■																		
2	Pemilihan Judul		■																	
3	Pengajuan Judul			■																
4	Bimbingan Skripsi	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
5	Observasi dan Pengumpulan data					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
6	Pengolahan data dan penulisan skripsi									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
7	Laporan Hasil																		■	■
8	Revisi Skripsi																		■	■