

III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN

3.1 Kerangka Konsep Penelitian

Menurut Charles Saerang yang dikutip dalam harian bisnis Indonesia edisi Kamis, 3 Juni 2010 jumlah perusahaan obat herbal di Indonesia sebanyak 1.166 perusahaan jamu/herbal dan obat tradisional, terdiri dari 130 usaha skala menengah dan besar serta 1.036 usaha kecil, termasuk usaha rumah tangga. Namun industri obat herbal ini terkendala oleh peraturan pemerintah melalui peraturan Kepala Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) tahun 2011 tentang CPOTB (Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik), CPOTB merupakan syarat utama yang ditetapkan pemerintah untuk menghasilkan produk bermutu terkait pemakaian peralatan dan mesin, sarana, prasarana pabrik, serta sumber daya manusia. Persyaratan CPOTB ini bertujuan untuk melindungi masyarakat terhadap hal-hal yang merugikan dari penggunaan jamu dan obat tradisional yang tidak memenuhi persyaratan mutu. Ketua Umum Gabungan Pengusaha Jamu dan Obat Tradisional Indonesia (GP Jamu) Charles Saerang mengatakan, sebagian besar industri jamu berskala kecil. "Untuk memiliki industri dengan standar CPOTB minimal dibutuhkan Rp 2 miliar. Bagi industri kecil tentu saja hal itu berat," ujarnya dikutip dalam harian Kompas edisi Selasa, 6 Juni 2010.

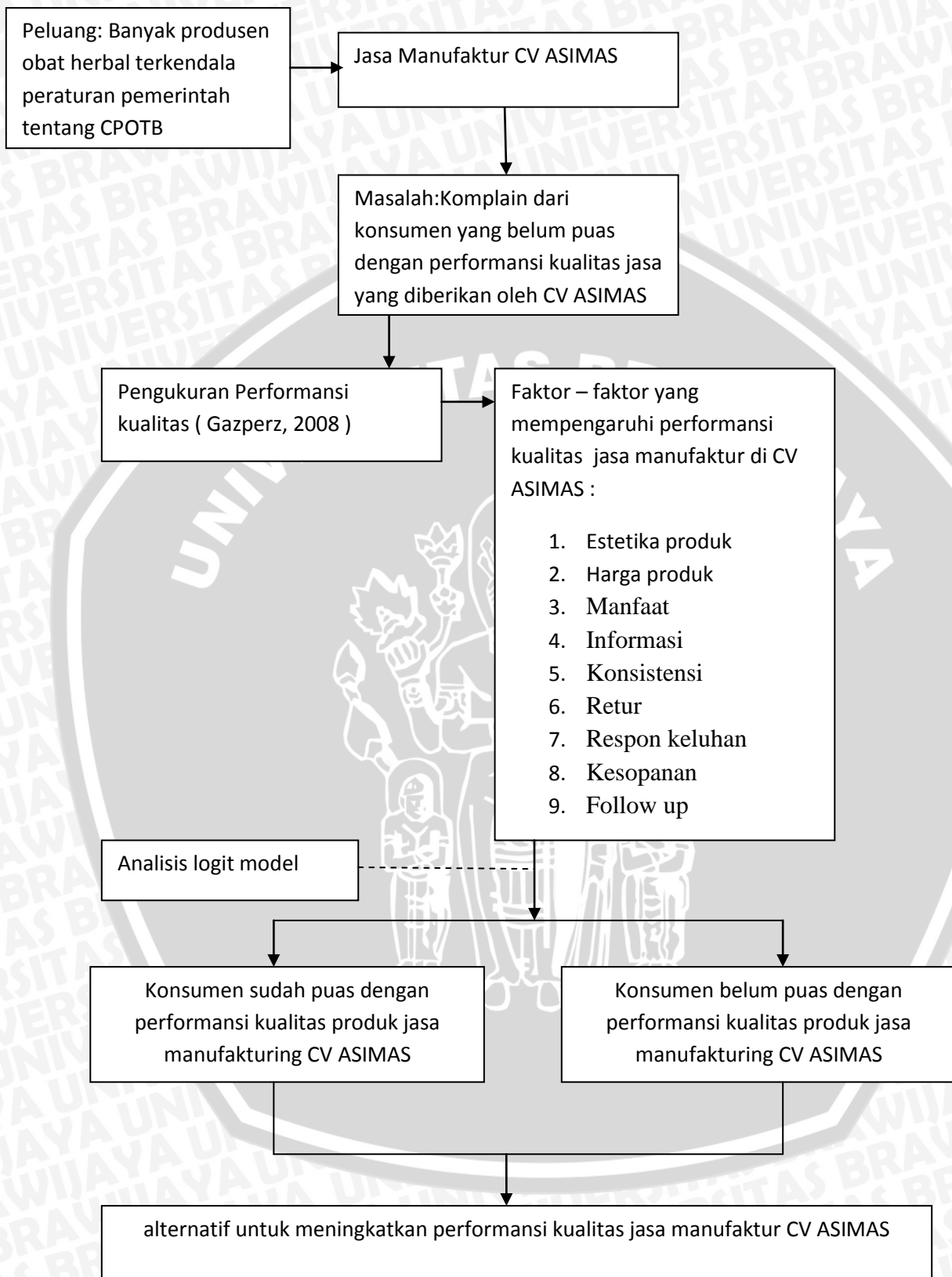
Melihat peluang tersebut CV ASIMAS menyediakan jasa manufaktur pembuatan produk herbal dan pengurusan perizinan, karena CV ASIMAS telah memenuhi sertifikasi CPOTB dan BPOM. Dalam menjalankan unit Jasa ini CV ASIMAS melakukan proses produksi secara maksimal dan sesuai dengan SOP (*Standart Operating Procedure*), tetapi CV ASIMAS masih mendapatkan keluhan dari konsumen yang belum puas dengan performansi kualitas jasa manufaktur produk herbal CV ASIMAS.

Untuk menjawab masalah tersebut digunakan teori pengukuran performansi kualitas (Gazperz, 2008), pengukuran performansi kualitas bertujuan untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen terhadap kualitas produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan, dalam teori ini disebutkan ada 3 aspek yang perlu diukur dalam performansi kualitas yaitu produk, purna jual, dan interaksi karyawan dan konsumen. Kemudian dari ketiga aspek tersebut

dikembangkan sehingga didapatkan variabel sesuai kondisi CV ASIMAS dan diduga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen jasa manufaktur produk herbal CV ASIMAS. Setelah didapatkan variabel – variabel yang berpengaruh dalam performansi kualitas jasa manufaktur produk herbal di CV ASIMAS kemudian digunakan analisis logit. Analisis logit digunakan untuk memprediksi probabilitas konsumen yang sudah puas dengan kualitas jasa manufaktur CV ASIMAS maupun konsumen yang belum puas. Selain itu juga dapat diketahui variabel mana yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen jasa manufaktur produk herbal CV ASIMAS dan variabel yang mempunyai probabilitas yang paling besar untuk meningkatkan performansi kualitas jasa manufaktur CV ASIMAS.

Setelah didapatkan analisis logit, maka dapat disusun alternatif untuk meningkatkan performansi kualitas jasa manufaktur obat herbal CV ASIMAS. Berdasarkan uraian-uraian di atas dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:





Gambar 1. Skema Konsep Penelitian

3.2 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan di atas maka dalam penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga variabel estetika, kesesuaian harga dengan kualitas yang didapatkan, manfaat, informasi, konsistensi, retur, kesopanan, respon keluhan dan follow up berpengaruh terhadap performansi kualitas produk jasa manufaktur CV ASIMAS.

3.3 Pembatasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya akan membahas tentang kualitas produk jasa manufakturing CV ASIMAS menurut konsumen.
2. Penelitian ini membatasi penggunaan teori performansi kualitas pada aspek Kualitas produk, Dukungan purna jual, dan Interaksi antara karyawan dan pelanggan.
3. Penelitian ini dibatasi untuk menganalisis dan mengidentifikasi faktor – faktor yang berpengaruh terhadap performansi kualitas produk jasa manufaktur CV ASIMAS.
4. perbaikan proses dan peningkatan kepuasan konsumen didasarkan pada hasil analisis faktor – faktor yang berpengaruh terhadap performansi kualitas.

3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.4.1 Definisi operasional dan Pengukuran Variabel

Untuk menghindari luasnya pokok bahasan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan definisi operasional sebagai berikut:

1. Kualitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kepuasan yang dirasakan konsumen saat menggunakan produk jasa manufakturing yang diberikan CV ASIMAS.
2. Respondent merupakan konsumen produk jasa manufakturing CV ASIMAS antara bulan januari hingga oktober 2012

3. Pengukuran performansi kualitas

Pengukuran yang akan dilakukan dari setiap aspek dari proses operasional yang mempengaruhi persepsi konsumen CV ASIMAS tentang nilai kualitas produk jasa manufakturing yang diberikan oleh CV ASIMAS. Melalui suatu survai pendahuluan yang bersifat eksploratif, dapat diidentifikasi semua atribut produk yang menentukan kepuasan pelanggan dan persepsi pelanggan tentang nilai kualitas dari produk jasa manufakturing CV ASIMAS. Kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa. Variabel yang didapat antara lain :

- a. Estetika produk : berkaitan dengan desain dan pembungkusan dari produk itu
- b. Harga produk : Kesesuaian Harga yang dibayarkan dengan kualitas yang didapat oleh konsumen
- c. Manfaat : Manfaat produk jasa manufakturing yang dirasakan oleh konsumen
- d. informasi : berkaitan dengan informasi status pemesanan
- e. Konsistensi : berkaitan dengan kemampuan memenuhi jadwal yang dijanjikan
- f. Kebijakan pengembalian : berkaitan dengan prosedur menangani barang-barang yang dikembalikan pelanggan
- g. Ketepatan waktu : berkaitan dengan kecepatan memberikan tanggapan terhadap keperluan-keperluan pelanggan
- h. Kesopanan dan tanggapan terhadap keluhan-keluhan : berkaitan dengan bantuan yang diberikan dalam menyelesaikan masalah-masalah yang diajukan pelanggan
- i. Follow up : berkaitan dengan kegiatan follow up yang dilakukan oleh perusahaan terhadap konsumen produk jasa manufakturing CV ASIMAS

1. Pengukuran variabel bebas (X)

Tabel 1. Pengukuran untuk Variabel Bebas

Variabel	Indikator Pengukuran Variabel	Skor
Estetika produk	a. Sangat baik	5
	b. Baik	4
	c. Cukup	3
	d. Buruk	2
	e. Sangat buruk	1
Harga produk	a. Sangat sesuai	5
	b. sesuai	4
	c. cukup	3
	d. tidak sesuai	2
	e. sangat tidak sesuai	1
Manfaat produk	a. Sangat baik	5
	b. baik	4
	c. cukup	3
	d. kurang	2
	e. Sangat kurang	1
Kebijaksanaan pengembalian	a. Sangat baik	5
	b. Baik	4
	c. cukup	3
	d. buruk	2
	e. Sangat buruk	1
Konsistensi	a. Sangat tepat waktu	5
	b. Tepat waktu	4
	c. Cukup tepat waktu	3
	d. Tidak tepat waktu	2
	e. Sangat tidak tepat waktu	1
informasi status pemesanan	a. Sangat jelas	5
	b. jelas	4
	c. cukup	3
	d. tidak jelas	2
	e. Sangat tidak jelas	1
Follow up dari perusahaan	a. Sangat sering	5
	b. Sering	4
	c. Cukup	3
	d. Jarang	2
	e. Sangat jarang	1

Ketepatan waktu menanggapi keluhan	a. Sangat cepat	5
	b. Cepat	4
	c. Cukup	3
	d. Lama	2
	e. Sangat lama	1
Kesopanan dan tanggapan terhadap keluhan-keluhan	a. Sangat baik	5
	b. baik	4
	c. cukup	3
	d. buruk	2
	e. Sangat buruk	1

2. Pengukuran Variabel Terikat (Y)

Tabel 2. Pengukuran untuk Variabel Terikat

Variabel	Indikator Pengukuran Variabel	Skor
Kepuasan konsumen terhadap jasa manufaktur CV ASIMAS	a. Sudah puas	1
	b. Belum puas	0