Bab I Pendahuluan

I.1 Latar Belakang

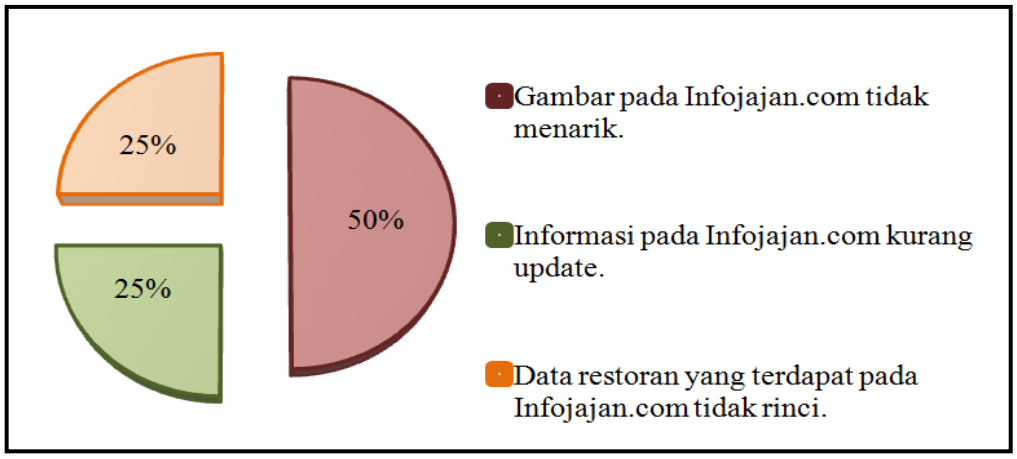
Pariwisata erat kaitannya dengan kuliner, belanja, dan hobi. Menurut Susanti (2013), terdapat 245 juta perjalanan wisatawan nusantara sepanjang tahun 2012 dengan total pengeluaran sebesar Rp 171,5 triliun atau setara dengan 18 miliar dolar AS. Menurut Tarmizi (2012), 16% dari pengeluaran wisatawan nusantara atau sekitar Rp 27,4 triliun digunakan untuk urusan kuliner. Kebutuhan informasi kuliner dipenuhi dengan munculnya berbagai situs *web* kuliner yang berperan sebagai portal informasi dan promosi makanan di Indonesia (Zoel, 2012).

Salah satu portal kuliner di Indonesia adalah www.infojajan.com (Infojajan.com) yang menyediakan layanan jasa informasi kuliner dari PT Infomedia Nusantara. Infojajan.com adalah salah satu *online-service* dari pilar bisnis *Digital Media and Rich Content* (PT Infomedia Nusantara, 2012). Adapun target dari Infojajan.com ditunjukkan pada Tabel I.1.

Tabel I.1 Target dan Hasil Infojajan.com
(Sumber: PT Infomedia Nusantara, 2012)

Target Infojajan.com	**Hasil Infojajan.com**
Pendapatan pertahun lebih dari satu miliyar rupiah.	Pendapatan Juni 2011 - Juni 2012 masih di bawah 200 juta rupiah.
Jumlah *member* mencapai angka 700 untuk akhir tahun 2011.	Jumlah *member* mencapai angka 12.913 untuk akhir tahun 2012.

Hasil dari pendapatan Infojajan.com masih belum sesuai dengan target perusahaan. PT Infomedia Nusantara masih berupaya untuk melakukan pengembangan *revenue* Infojajan.com. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan perusahaan, Infojajan.com memiliki beberapa kekurangan dan dapat dilihat pada Gambar I.1.



Gambar I.1 Hasil Survei Kekurangan Infojajan.com
(Sumber: PT Infomedia Nusantara, 2012)

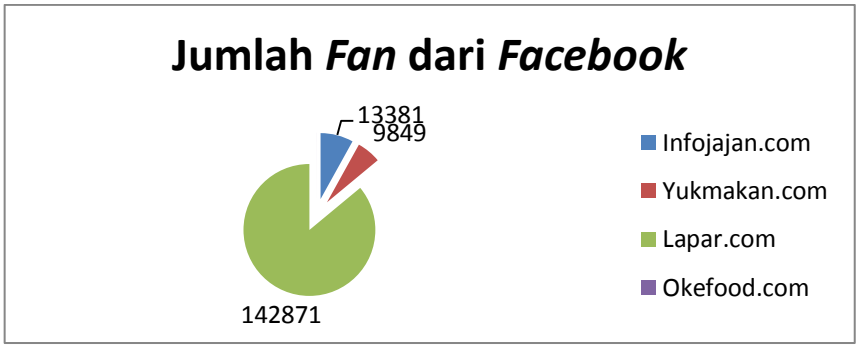
Kekurangan tersebut dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya adalah keberadaan situs *web* kuliner lain yang dijadikan alternatif oleh pengguna untuk mencari informasi tentang kuliner. Beberapa situs *web* kuliner yang berperan sebagai pesaing Infojajan.com ditunjukkan pada Tabel I.2.

Tabel I.2 *Ranking* Portal Kuliner di Indonesia
(Sumber: PT Infomedia Nusantara dan www.alexa.com, 2012)

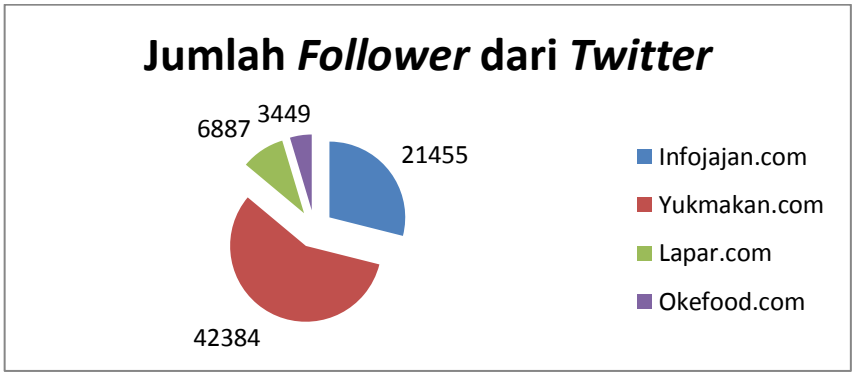
No.	Nama Portal Kuliner	Ranking di Indonesia
1.	yukmakan.com	1.329
2.	okefood.com	1.836
3.	lapar.com	2.526
4.	infojajan.com	6.085
5.	goorme.com	12.226
6.	doyanmakan.com	14.645
7.	perutgendut.com	31.820
8.	sendokgarpu.com	35.823

Keberadaan pesaing-pesaing tersebut menjadi salah satu alasan bagi Infojajan.com untuk mengembangkan kualitas layanannya. Situs *web* bersifat dinamis dalam memenuhi kriteria kualitas layanannya (Schloman dan Eysenbach, 2003; dalam Kasal, dkk., 2005).

Berdasarkan hasil penelusuran terhadap perusahaan, terdapat tiga pesaing terkuat Infojajan.com, yaitu Yukmakan.com, Okefood.com, dan Lapar.com. Berikut data jumlah pengguna Infojajan.com dan tiga pesaing portal kuliner lainnya pada *Social Media*, yaitu *Facebook* dan *Twitter* yang dapat dilihat secara berturut-turut pada Gambar I.2 dan Gambar I.3.



Gambar I.2 Jumlah Pengguna Empat Portal Kuliner berdasarkan *Facebook*
(Sumber: *Facebook* Setiap *Web* Kuliner)



Gambar I.3 Jumlah Pengguna Empat Portal Kuliner Berdasarkan *Twitter*
(Sumber: *Twitter* Setiap *Web* Kuliner)

Gambar I.2 menunjukkan bahwa jumlah pengguna terbanyak portal kuliner berdasarkan *Facebook* secara berturut-turut adalah Lapar.com, Infojajan.com, Yukmakan.com, dan Okefood.com. Gambar I.3 menunjukkan bahwa jumlah pengguna terbanyak portal kuliner berdasarkan *Twitter* secara berturut-turut adalah Yukmakan.com, Infojajan.com, Lapar.com, dan Okefood.com.

Berdasarkan fakta di atas terlihat bahwa Infojajan.com mengalami suatu persaingan dalam bisnis portal kuliner, sehingga dibutuhkan suatu evaluasi terhadap layanan situs *web* Infojajan.com. Evaluasi diperlukan untuk mengidentifikasi dan mengetahui faktor penting yang dapat berkontribusi dalam meningkatkan kualitas situs *web* dan menjadi situs *web* yang berkualitas tinggi (Islam, Ahmed, dan Alias, 2007). Evaluasi merupakan perbaikan dan pengembangan kualitas layanan dari situs *web* yang dilakukan untuk memenangkan suatu persaingan.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Brown (1991) dalam Shen, Tan, dan Xie (2000) dijelaskan bahwa metode QFD dapat menghasilkan suatu rancangan layanan yang unggul dan inovatif. QFD adalah metode untuk melakukan proses pengembangan yang berfokus terhadap kebutuhan pelanggan dan dapat menjadi solusi untuk memenangkan persaingan bisnis. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Apa saja karakteristik teknis berdasarkan *true customer needs* layanan situs *web* portal kuliner Infojajan.com?
2. Apa saja *critical part* yang dibutuhkan dalam pengembangan layanan situs *web* portal kuliner Infojajan.com?
3. Bagaimana rumusan rekomendasi pengembangan kualitas layanan situs *web* portal kuliner Infojajan.com sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat ditentukan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi apa saja karakteristik teknis berdasarkan *true customer needs* layanan situs *web* portal kuliner Infojajan.com.
2. Mengidentifikasi apa saja *critical part* yang dibutuhkan dalam pengembangan layanan situs *web* portal kuliner Infojajan.com.
3. Merumuskan rekomendasi pengembangan kualitas layanan situs *web* portal kuliner Infojajan.com sebagai upaya untuk meningkatan kualitas layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

I.4 Batasan Penelitian

Batasan penelitian dilakukan agar penelitian fokus pada pencapaian tujuan. Batasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini melibatkan pelanggan Infojajan.com sebagai responden.
2. Penerapan *QFD* hanya sampai pada iterasi 2, yaitu matriks *part deployment.*
3. Penelitian ini hanya sampai pada tahap perumusan rekomendasi untuk layanan situs *web* portal kuliner Infojajan.com.

I.5 Manfaat

1. Menjadi acuan bagi perusahaan dan bagi penelitian selanjutnya dalam melakukan perbaikan layanan situs *web* portal kuliner Infojajan.com untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Menjadi acuan peningkatan kualitas layanan untuk memenangkan persaingan bisnis pada situs *web* portal kuliner.