

## BAB I PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Sejak beberapa tahun silam, perkembangan bisnis di Indonesia seperti kota besar Jakarta dan kota lainnya, masih diisi oleh beberapa bisnis kreatif, dimana termasuk di dalamnya adalah bisnis kuliner (Syaikhon, 2018). Seperti prediksi kementerian Perindustrian sektor makanan dan minuman tahun 2017 hanya bertumbuh sekitar 7,5%-7,8%. Sementara, pengusaha memperkirakan bisa tumbuh minimal sama dengan tahun 2016 yakni sekitar 8,2%-8,5% (Kontan.co.id, 2018). Banyak dari pelaku bisnis yang beralih ke bisnis kuliner dikarenakan melihat peningkatan omzet dan pangsa pasar yang luas, meskipun telah banyak pemainnya bukan berarti bisnis ini tidak prospek untuk dijalankan. Didukung dengan daya beli konsumen yang tinggi, maka semakin menjanjikan untuk para pelaku bisnis kuliner. Selain kota-kota besar di Indonesia, perkembangan bisnis kuliner telah meluas ke daerah dan Kabupaten/Kota. Menurut data Badan Pusat Statistik Kabupaten Tanah Datar mengenai Daya Beli Kab/Kota di Sumatera Barat pada Tahun 2011-2015 pada Tabel I.1.

Tabel I. 1 Daya Beli Kab/Kota di Sumatera Barat Tahun 2011-2015

<b>Daya Beli Menurut Kab/Kota di Sumatera Barat, 2011-2015</b>						
<i>Purchasing Power Parity /Municipality in Sumatera Barat, 2011-2015</i>						
No	Kab/Kota Tahun	2011	2012	2013	2014	2015
1	Kep. Mentawai	5 380,78	5 409,40	5 450,80	5 566,20	5 684,03
2	Pesisir Selatan	7 980,16	8 131,43	8 232,91	8 367,94	8 411,62
3	Solok	8 753,71	8 824,25	9 117,83	9 228,11	9 334,02
4	Sijunjung	9 146,13	9 359,41	9 598,69	9 726,20	9 796,24
5	Tanah Datar	9 566,66	9 719,13	9 892,87	10 013,56	10 102,81
6	Padang Pariaman	9 795,34	9 865,80	9 936,77	9 990,33	10 260,21
7	Agam	8 477,84	8 508,83	8 636,70	8 691,87	8 858,81
8	Lima Puluh Kota	8 353,62	8 451,42	8 568,33	8 672,25	8 773,78
9	Pasaman	6 830,08	6 887,85	6 963,69	7 057,66	7 340,14
10	Solok Selatan	9 023,55	9 147,45	9 291,40	9 389,61	9 652,54
11	Dharmasraya	10 434,09	10 469,77	10 505,45	10 550,03	10 713,04
12	Pasaman Barat	7 624,28	7 707,09	7 808,73	7 897,14	8 108,71

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Tanah Datar

Berdasarkan Tabel I.1, dapat dilihat bahwa daya beli konsumen di Kabupaten Tanah Datar mengalami peningkatan yang signifikan selama 5 tahun terakhir. Sehingga taksiran daya beli konsumen pada tahun 2016 hingga sekarang akan tetap mengalami peningkatan. Namun tidak menutup kemungkinan para pelaku bisnis yang gulung tikar alias bangkrut dikarenakan beberapa faktor, seperti berkurang minat konsumen terhadap produk yang dijual akibat kualitas pelayanan yang tidak optimal. Adapun faktor lain seperti ketersediaan fasilitas yang dapat dinikmati oleh konsumen. Artinya keberhasilan suatu bisnis, terutama yang berfokus pada bidang kuliner ditentukan oleh hubungan yang baik yang dijalani dengan konsumen meskipun potensi daya beli konsumen pada daerah tersebut cukup baik, dikarenakan konsumen merupakan sasaran utama dalam penjualan untuk mendapatkan keuntungan.

Untuk mencapai hubungan yang baik dengan konsumen, pelaku bisnis mampu memberikan pelayanan dan fasilitas demi mencapai kepuasan terhadap kebutuhan konsumen. Pelayanan yang optimal dan ketersediaan fasilitas yang memadai akan memberikan kepuasan kepada konsumen ketika bertransaksi dengan perusahaan. Sehingga hasil yang didapatkan adalah konsumen yang puas akan menjadi konsumen tetap dan juga menjadi sumber informasi serta dapat menarik konsumen lain. Perusahaan akan berhasil memperoleh konsumen dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Ketika konsumen telah merasa puas maka akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan.

Perusahaan *Lup Lup Bubble Drink* merupakan perusahaan yang berfokus pada penjualan minuman rasa yang berdiri pada tanggal 1 November 2014 dengan sistem penjualan berjenis *outlet*, sehingga setiap konsumen dapat datang langsung ke *outlet* untuk membeli produk yang dijual. Perusahaan *Lup Lup Bubble Drink* merupakan satu-satunya perusahaan yang terletak di Daerah Batusangkar, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat. Menjadi satu-satunya perusahaan penjual minuman, membuat perusahaan ini memiliki pangsa pasar konsumen yang cukup baik namun juga tidak menutup kemungkinan bahwa

banyak persaingan dengan kompetitor lainnya yang juga menjual produk serupa dengan perusahaan *Lup Lup Bubble Drink* dalam nama atau *brand* yang berbeda. Penjualan perusahaan *Lup Lup Bubble Drink* meningkat beberapa bulan terakhir, namun jumlah konsumen pada periode Juli 2017 sampai Februari 2018 mengalami penurunan. Hal itu dibuktikan dengan banyaknya masukan serta keluhan dari konsumen seperti yang tertera pada Tabel I.2. Untuk menampung keluhan konsumen, Perusahaan *Lup Lup Bubble Drink* melakukan wawancara terbuka terhadap 20 konsumen guna mendengar keluhan mengenai kualitas pelayanan dan ketersediaan fasilitas.

Tabel I. 2 Keluhan Konsumen

No	Kategori Keluhan	Jumlah Keluhan
1	Kecepatan dalam penyajian produk	2
2	Ukuran lahan parkir	1
3	Tingkat kemanisan dan penyajian produk	2
4	Keramahan karyawan	3
5	Kesopanan karyawan	3
6	Produk yang disajikan Sesuai Dengan Pesanan	3
7	Ketersediaan Fasilitas Internet	3
8	Cepat dan Tanggap Karyawan dalam melayani	3

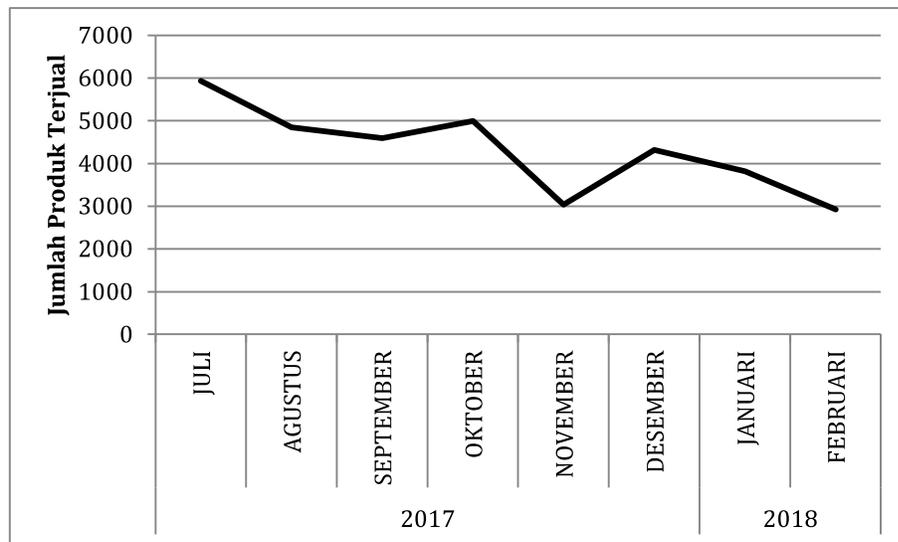
Sumber: Data Perusahaan *Lup Lup Bubble Drink*

Dari hasil wawancara, didapatkan keluhan dari konsumen perusahaan *Lup Lup Bubble Drink* yang sangat bervariasi. Hal yang paling dikeluhkan adalah keramahan dari pelayanan yang diterima oleh konsumen dan ketersediaan fasilitas internet. Beberapa keluhan tersebut memberikan dampak dan pengaruh terhadap penjualan produk. Berikut merupakan rata-rata penjualan produk per gelas selama 8 bulan dapat dilihat pada Tabel I.3.

Tabel I. 3 Rata-Rata Penjualan Lup-Lup *Bubble Drink* Selama 8 Bulan

No	Tahun	Bulan	Jumlah Produk Terjual
1	2017	JULI	5934
2		AGUSTUS	4846
3		SEPTEMBER	4596
4		OKTOBER	4999
5		NOVEMBER	3031
6		DESEMBER	4318
7	2018	JANUARI	3821
8		FEBRUARI	2920

Sumber: Data Perusahaan Lup Lup *Bubble Drink*



Gambar I. 1 Grafik Penjualan Selama 8 Bulan Terakhir

Dilihat penurunan yang signifikan pada gambar I.1 terhadap penjualan Lup Lup *Bubble Drink*, maka perusahaan Lup Lup *Bubble Drink* harus membenahi proses pelayanan dan ketersediaan fasilitas yang akan diberikan kepada konsumen. Adapun kualitas pelayanan dan fasilitas yang baik yaitu yang berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain penurunan penjualan, faktor lain yang mempengaruhi perusahaan Lup Lup *Bubble Drink* harus memperbaiki kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan karena munculnya pesaing-pesaing baru yang lebih unggul dan memiliki sistem pelayanan yang baik maupun fasilitas yang lebih memadai. Beberapa pesaing

baru yang ada disekitaran perusahaan Lup Lup *Bubble Drink* dapat dilihat pada Tabel I.4

Tabel I. 4 Data Pesaing Baru terhadap Perusahaan Lup Lup *Bubble Drink*

No	Nama Perusahaan	Lokasi	Mulai Berdiri
1	Café Kopmil 88	Parak Juar Atas	Oktober 2017
2	Es Oyen Batusangkar	Pasar	Akhir November 2017
3	OKE Café	Pincuran Tujuh	Awal Desember 2017
5	Chanta Café	Sungai Tarab	Desember 2017
4	Dzara <i>Corner</i>	Dobok	Januari 2018

Sumber : Data Bagian Survey Lup Lup *Bubble Drink*

Untuk itu, tahap pertama yang dapat dilakukan oleh perusahaan guna memperbaiki kualitas pelayanan konsumen dan fasilitas yang tersedia adalah dengan menganalisis apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Kemudian pada tahapan selanjutnya data-data *voice of customer* (VOC) tersebut diolah untuk menghasilkan satu *output* yang dapat dijadikan solusi pada pelayanan yang optimal. Beberapa tahapan diatas merupakan langkah yang akan digunakan untuk mengetahui kualitas pelayanan dan fasilitas yang ada dan menemukan perbaikan kualitas bagi perusahaan Lup Lup *Bubble Drink* sehingga keinginan dan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi dan membawa perusahaan menjadi lebih berkembang dan dapat bersaing dengan kompetitor sekitar yang serupa.

Salah satu metode yang digunakan untuk memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaing lainnya. Perbaiki kualitas pelayanan dan fasilitas perusahaan Lup Lup *Bubble Drink* adalah menggunakan metode QFD. Metode QFD (*Quality Function Deployment*) menciptakan suatu nilai tambah bagi perusahaan sebagai usulan dalam memperbaiki pengembangan produk atau jasa untuk menjadi lebih unggul dan dapat memenuhi kebutuhan dari konsumen. Maka dengan menggunakan metode QFD (*Quality Function Deployment*) dapat mengidentifikasi kebutuhan dari konsumen seperti kepentingan dan kepuasan konsumen serta mampu memperbaiki kualitas pelayanan dan fasilitas perusahaan Lup Lup *Bubble Drink* menjadi lebih efektif.

## I.2 Perumusan Masalah

Bagaimana rancangan perbaikan kualitas pelayanan dan fasilitas perusahaan Lup Lup *Bubble Drink* untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan metode *Quality Function Deployment*?

## I.3 Tujuan Penelitian

Merancang usulan perbaikan kualitas pelayanan dan fasilitas Perusahaan Lup Lup *Bubble Drink* untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan metode *Quality Function Deployment*.

## I.4 Batasan Penelitian

1. Pengolahan data dengan metode QFD (*Quality Function deployment*) hingga dua iterasi, yaitu HoQ (*House of Quality*) dan *Part Deployment*.
2. Responden untuk wawancara dan penyebaran kuesioner adalah konsumen tetap Perusahaan Lup Lup *Bubble Drink*.

## I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil penelitian yang dilakukan dapat dijadikan sebagai bahan masukan mengenai seberapa jauh pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh Perusahaan Lup Lup *Bubble Drink* terhadap konsumen.
2. Perusahaan Lup Lup *Bubble Drink* dapat melakukan pengambilan keputusan dalam melakukan perbaikan pelayanan dan fasilitas terhadap konsumen dan meningkatkan keinginan konsumen untuk berbelanja.

## I.6 Sistematika Penelitian

### Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### Bab II Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka yang dimaksudkan untuk mengemukakan teori yang dapat dipakai untuk pemecahan masalah. Dalam hal ini memuat teori yang berkaitan dengan kepuasan konsumen dan metode QFD (*Quality Function deployment*).

### Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini memuat metodologi penelitian yang digunakan untuk melakukan analisis menggunakan data yang dikaji, cara penilaian agar mendapatkan hasil yang meliputi metode pengumpulan data dan alat analisis.

### Bab IV Pengolahan Data

Pada bab ini berisikan data yang dapat menunjang penelitian dan data tersebut akan diolah sesuai dengan metode yang telah dikonsepsikan pada bab sebelumnya. Selanjutnya data yang telah diolah tadi akan dianalisis untuk mendapatkan suatu solusi perbaikan.

### Bab V Analisis

Pada bab ini akan dilakukan analisis terhadap hasil dari pengolahan data dan usulan perbaikan pada bab sebelumnya. Analisis perbandingan keadaan aktual dengan keadaan usulan perbaikan juga akan dijabarkan pada bab ini.

### Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian serta saran bagi perusahaan sebagai solusi perbaikan dan bagi penelitian selanjutnya agar menjadi masukan di masa yang akan datang.