

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Kota Banjarmasin adalah salah satu kota di provinsi Kalimantan Selatan, Kota Banjarmasin yang dijuluki Kota Seribu Sungai ini juga tidak kalah dengan wisata kuliner dengan banyaknya makanan khas Banjarmasin. Kota Banjarmasin juga sering diidentikan dengan kota tujuan wisata kuliner. Kuliner di kota Banjarmasin menjadi salah satu destinasi para wisatawan. Banyak pilihan kategori wisata kuliner yang ditawarkan, mulai dari kategori makanan berat hingga jajanan ringan, kategori makanan manca negara hingga makanan tradisional.

Tabel I.1 Perkembangan Data Jumlah usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM)
Tahun 2016-2017

Indikator	Satuan	Tahun 2016	Tahun 2017	Perkembangan tahun 2016-2017	
		Jumlah	Jumlah	Jumlah	%
A. Usaha Mikro, kecil dan menengah (UMKM)	(unit)	61.651.177	62.922.617	1.271.440	2,06
1. Usaha Mikro (UMi)	(unit)	60.863.578	62.106.900	1.243.322	2,04
2. Usaha Kecil (UK)	(unit)	731.047	757.090	26.043	3,56
3. Usaha Menengah (UM)	(unit)	56.551	58.627	2.075	3,67

Sumber : www.depkop.go.id (di akses 29 Juli 2019)

Dapat dilihat pada tabel I.1 bahwa, untuk 2 tahun terakhir dari tahun 2016-2017 mengalami kenaikan perkembangan jumlah usaha Mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang ada di Indonesia. Pada tahun 2017 jumlah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia sebanyak 62.922.617 unit, berbeda dengan jumlah tahun 2016 yang hanya 61.651.177 unit. Perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) ini berpengaruh besar terhadap penyerapan tenaga kerja usaha menengah di Indonesia. Semakin banyak usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang berkembang, semakin banyak tenaga kerja yang dapat diserap. Perkembangan peningkatan jumlah tenaga kerja dapat dilihat di tabel I.2 bahwa, pada tahun 2017 jumlah tenaga kerja sebanyak 3.736.103 orang, berbeda dengan jumlah tenaga kerja pada tahun 2012 hanya sebanyak 2.844.669 orang

Tabel I.2 Perkembangan Data tenaga kerja Usaha Mikro, Kecil , Menengah (UMKM) Tahun 2016-2017

Indikator	Satuan	Tahun 2016	Tahun 2017	Perkembangan tahun 2016-2017	
		Jumlah	Jumlah	Jumlah	%
A. Usaha Mikro, kecil dan menengah (UMKM)	(orang)	112.828.610	116.673.416	3.844.806	3,41
1. Usaha Mikro (UMi)	(orang)	103.839.015	107.232.992	3.393.977	3,27
2. Usaha Kecil (UK)	(orang)	5.402.073	5.704.321	302.248	5,6
3. Usaha Menengah (UM)	(orang)	3.587.522	3.586.769	142.023	4,14

Sumber : www.depkop.go.id (di akses 29 Juli 2019)

Tabel I.3 Pertumbuhan Data Jumlah Usaha Mikro, Kecil , Menengah (UMKM) Tahun 2016-2017

PERTUMBUHAN UMKM

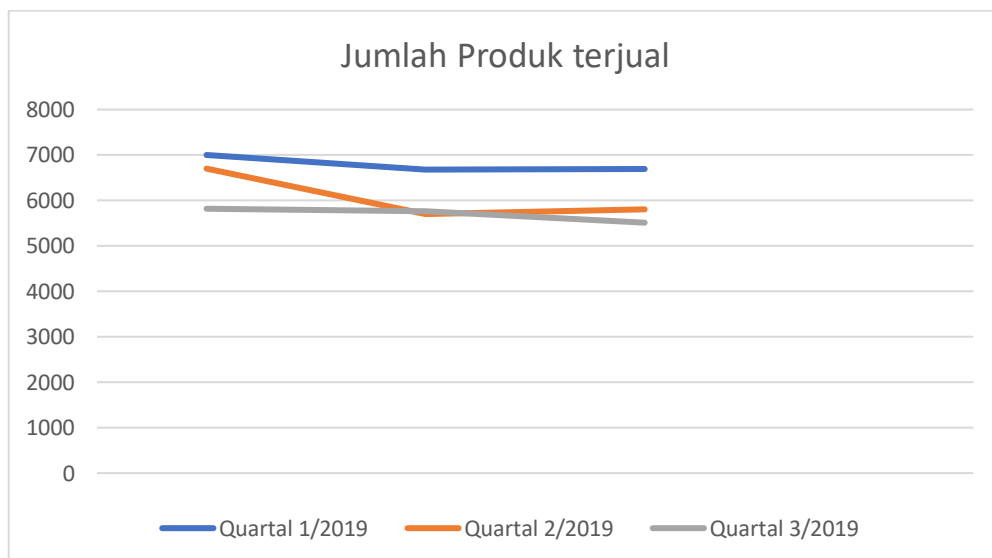
NO	PROV./KAB./KOTA	JUMLAH UMKM		PERKEMBANGAN
		2016	2017	%
1	Tanah Laut	930	1.310	29
2	Kota Baru	6.128	8.158	24,88
3	Banjar	27.838	35.313	21,17
4	Barito Kuala	30.170	35.606	15,27
5	Tapin	433	1.186	63,49
6	Hulu Sungai Selatan	1.406	1.501	6,33
7	Hulu Sungai Tengah	4.324	4.520	4,34
8	Hulu Sungai Utara	101.633	111.666	8,98
9	Tabalong	48.475	53.482	9,36
10	Tanah Bumbu	2.922	3.061	4,54
11	Balangan	3.597	4.147	13,26
12	Banjarmasin	33.781	36.781	8,16
13	Banjarbaru	8.394	9.282	9,57
14	Provinsi	270.031	306.013	11,76

Sumber data : Dinas Koperasi , Usaha Kecil, dan Menengah (UMKM) Provinsi Kalimantan Selatan

Tabel I.4 Rata-rata penjualan Rumah Makan Khas Banjar Hj. Itas selama 3
 Quartal tahun 2019

No	Tahun	Bulan	Jumlah Produk Terjual
1	2019	Januari	7000
2		Februari	6678
3		Maret	6688
4		April	6700
5		Mei	5700
6		Juni	5804
7		Juli	5817
8		Agustus	5765
9		September	5510

Sumber data : Data Rumah Makan Khas Banjar Hj. Itas



Gambar I.3 Grafik Penjualan selama 3 Quartal pada tahun 2019

Dilihat penurunan yang signifikan pada gambar I.3 terhadap penjualan Rumah Makan Khas Banjar Hj. Itas, maka Rumah Makan Khas Banjar Hj. Itas 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 Rumah Makan Khas Banjar Hj. Itas harus memperbaiki kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan adalah dengan munculnya pesaing-pesaing baru yang lebih unggul dan memiliki sistem pelayanan yang baik maupun fasilitas yang lebih memadai.

Dalam bisnis atau berwirausaha, persaingan menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku bisnis. Persaingan adalah hal yang biasa dalam dunia usaha, Ketika ada usaha rumah makan khas Banjar, disampingnya ada juga usaha rumah makan Khas banjar, Keduanya nya selalu bersaing dalam sebuah produk yang sama, namun bersaing untuk memenuhi kebutuhan yang sama, yaitu makanan dan minuman. Sehingga kesadaran bersaing ini juga melanda usaha ritel di Indonesia yang belum sadar dari arah mana datang kompetitor selama ini, selalu berpikir dari produk yang sama, belum kepada pemenuhan kebutuhan yang sama. Seperti misalnya saja usaha rumah makan cepat saji, usaha bakso, dan usaha mie ayam dalam satu lokasi sebenarnya juga bersaing walaupun beda produk namun sama - sama untuk selera dan pemenuhan kebutuhan makanan dan minuman. Hal yang paling utama yaitu persaingan tetap berjalan dan harus secara sehat.

Dapat diketahui untuk persaingan jasa industri makanan dan minuman sangat tinggi. Persaingan di antara rumah makan yang merupakan salah satu jenis usaha yang menjual makanan saat ini semakin berkembang seperti restoran, warung/ kedai, catering, cafe. Dalam proses bisnisnya, rumah makan khas Banjar Hj.Itas tidak pernah lepas dari tantangan yang ada. Beberapa tantangan yang dihadapi adalah mahalnya harga bahan baku dan sulitnya untuk didapat. Selain sulit didapat, harga bahan baku yang mahal memberikan dampak langsung pada harga jual makanan yang ditawarkan. Hal tersebut tentunya memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian dari konsumen itu sendiri. Adapun masalah lain yang dihadapi oleh rumah makan khas Banjar Hj. Itas yaitu adanya pesaing khususnya bisnis rumah makan khas Banjar maupun yang tidak dalam satu kelasnya. Dampak

terbesar pada proses bisnis rumah makan Khas Banjar yaitu kecenderungan masyarakat memilih makanan yang lebih murah, yang mana dapat disimpulkan bahwa persaingan ketat antar rumah makan sendiri menjadi masalah utama dalam pelaksanaan bisnisnya khususnya pada masalah penurunan kesadaran dalam mengkonsumsi makanan Khas banjar. Hal ini dirasa menjadi tantangan bagi perusahaan, dikarenakan banyaknya tantangan yang menjadi pekerjaan rumah bagi perusahaan. Faktor tersebut menjadikan rumah makan Khas banjar berencana mengembangkan inovasi baik dari segi strategi penjualannya , pelayanan yang baik dan fasilitas hingga bentuk penyajian produk yang lebih inovatif. Banyak nya pesaing dan kompetitor lainnya yang juga menjual produk serupa dengan Rumah makan Khas Banjar dalam nama atau *brand* yang berbeda. Penjualan Rumah makan Khas Banjar Hj. Itas meningkat beberapa bulan terakhir, namun jumlah konsumen pada periode Desember 2018 sampai sekarang Oktober 2019 mengalami penurunan. Hal itu dibuktikan dengan banyaknya masukan serta keluhan dari konsumen seperti yang tertera pada Tabel I.5. Untuk menampung keluhan konsumen, Rumah Makan Khas Banjar Hj. Itas melakukan wawancara terbuka terhadap 30 konsumen guna mendengar keluhan mengenai kualitas pelayanan dan ketersediaan fasilitas.

Tabel 1.5 Keluhan Konsumen

No.	Kategori Keluhan
1	Kecepatan dalam penyajian produk
2	Ukuran Lahan Parkir
3	Tingkat keseimbangan rasa dan penyajian produk
4	Keramahan Karyawan
5	Kesopanan Karyawan
6	Produk yang disajikan tidak sesuai dengan pesanan

7	Ketersediaan Fasilitas Internet
8	Cepat dan Tanggap Karyawan dalam melayani
9	Ketersediaan Meja dan Kursi

Sumber : Data Rumah Makan Khas Banjar Hj. Itas

Dari hasil wawancara, didapatkan keluhan dari konsumen Rumah Makan Khas Banjar Hj. Itas yang sangat bervariasi. Hal yang paling dikeluhkan adalah kesopanan dari pelayanan yang diterima oleh konsumen, Ukuran Lahan parkir, dan Cepat dan tanggap karyawan dalam melayani, Beberapa keluhan tersebut memberikan dampak dan pengaruh terhadap penjualan produk.

Dilihat penurunan yang signifikan terhadap penjualan Rumah makan Khas Banjar Hj. Itas, maka Rumah Makan Khas Banjar Hj. Itas 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 Rumah Makan Khas Banjar Hj. Itas harus memperbaiki kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan adalah dengan munculnya pesaing-pesaing baru yang lebih unggul dan memiliki sistem pelayanan yang baik maupun fasilitas yang lebih memadai. Beberapa pesaing baru yang ada disekitaran Rumah Makan Khas Banjar dapat dilihat pada Tabel I.6 berikut :

Tabel I.6 Data pesaing terhadap Rumah Makan Khas Banjar Hj. Itas

No.	Nama Perusahaan	Lokasi
1	Rumah Makan Khas Banjar Eka	Bati-Bati, Depan Indomaret padang
2	Rumah Makan Shandra	Samping Polsek Bati-bati
3	Rumah Makan Sop Banjar dan Sate Ilham	Samping Pos Bati-Bati

Sumber : Data Bagian Survey Rumah Makan Khas Banjar Hj. Itas

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 Rumah Makan Khas Banjar Hj. Itas sehingga keinginan dan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi dan membawa rumah makan menjadi lebih berkembang dan dapat bersaing dengan kompetitor sekitar yang serupa.

Salah satu metode yang digunakan untuk memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaing lainnya. Perbaikan kualitas pelayanan konsumen dan fasilitas Rumah Makan Khas Banjar Hj. Itas 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 konsumen dan fasilitas Rumah Makan Khas Banjar menjadi lebih efektif.

I.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Karakteristik Teknis yang didapatkan berdasarkan *customer needs* dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas Rumah Makan Khas Banjar Hj. Itas?
2. Apa saja *critical part* yang akan digunakan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas Rumah Makan Khas Banjar Hj. Itas?
3. Bagaimana rekomendasi perbaikan kualitas pelayanan dan fasilitas pada Rumah Makan Khas Banjar Hj. Itas agar meningkatkan kepuasan konsumen dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment*?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu :

1. Mengidentifikasi karakteristik teknis yang didapatkan berdasarkan *customer needs* dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas pada Rumah Makan Khas Banjar Hj. Itas.
2. Mengidentifikasi *critical part* dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas Rumah Makan Khas Banjar Hj. Itas.
3. Memberikan rekomendasi perbaikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas pada Rumah Makan Khas Banjar untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan menggunakan 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 Rumah Makan Khas Banjar Hj. Itas.

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 Rumah Makan Khas Banjar terhadap konsumen.
2. Rumah Makan Khas Banjar Hj. Itas 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.