

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pada hakikatnya, terdapat dua jenis kebutuhan yang harus dipenuhi oleh manusia, yakni kebutuhan fisik dan kebutuhan mental. Salah satu kebutuhan jasmani yang krusial adalah kebutuhan akan makanan. Makanan, sebagai kebutuhan pokok yang mendasari setiap individu, membentuk sebagian besar dari total pengeluaran konsumsi perorangan. Terdapat tiga besar usaha yang paling dominan di Indonesia pada data tahun 2021, berurut dari industri makanan, industri kayu dan sejenisnya, dan industri pakaian jadi. Selain itu Provinsi Jawa Barat menjadi provinsi yang memiliki jumlah usaha Industri Mikro dan Kecil (IMK) terbanyak ketiga di Indonesia setelah Jawa Tengah dan Jawa Timur (BPS, 2021). Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik pula, jumlah usaha kuliner di seluruh Indonesia pada tahun 2020 mencapai 11.223. Dari jumlah tersebut, sebanyak 8.042 usaha (71,65 persen) merupakan restoran atau rumah makan, sementara terdapat katering dengan 269 usaha (2,40 persen), dan sisanya sebanyak 2.912 usaha (25,95 persen) termasuk dalam kategori lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis industri sektor makanan memiliki peluang sekaligus daya saing yang tinggi terutama di Jawa Barat. Sehingga dapat dipastikan laju mobilitas pasar bisnis yang sangat kencang ada pada industri bisnis makanan (pangan).

Kabupaten Karawang umumnya dikenal sebagai Kota Lumbung Padi dan Kota Industri. Hal ini membuatnya menjadi peluang bagi pengusaha dan pebisnis untuk membuka usaha di sana, terutama karena Karawang merupakan kota industri dengan UMR (Upah Minimum Regional) tertinggi pada tahun 2020-2021. Berbagai jenis bisnis telah berdiri di daerah ini, mulai dari bisnis kuliner, pakaian, perbankan, jasa dan proyek, hingga bisnis kerajinan. Salah satu sektor yang sedang berkembang pesat adalah bisnis kuliner, khususnya restoran. Restoran menjadi daya tarik bagi mereka yang ingin melakukan studi bisnis kuliner, karena ragam kuliner yang semakin banyak dan diminati oleh masyarakat. Restoran tidak hanya sekadar tempat makan, tetapi juga telah berkembang menjadi tempat bersantai yang nyaman dengan suasana yang berbeda, sesuai dengan beragam selera dan gaya hidup saat ini. Perkembangan restoran ini didorong oleh

kebutuhan masyarakat akan aktivitas di luar rumah, sehingga restoran menjadi pilihan utama sebagai tempat bersantap yang nyaman dan menyenangkan.

Tabel I.1 Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kecamatan di Kabupaten Karawang, 2018–2021

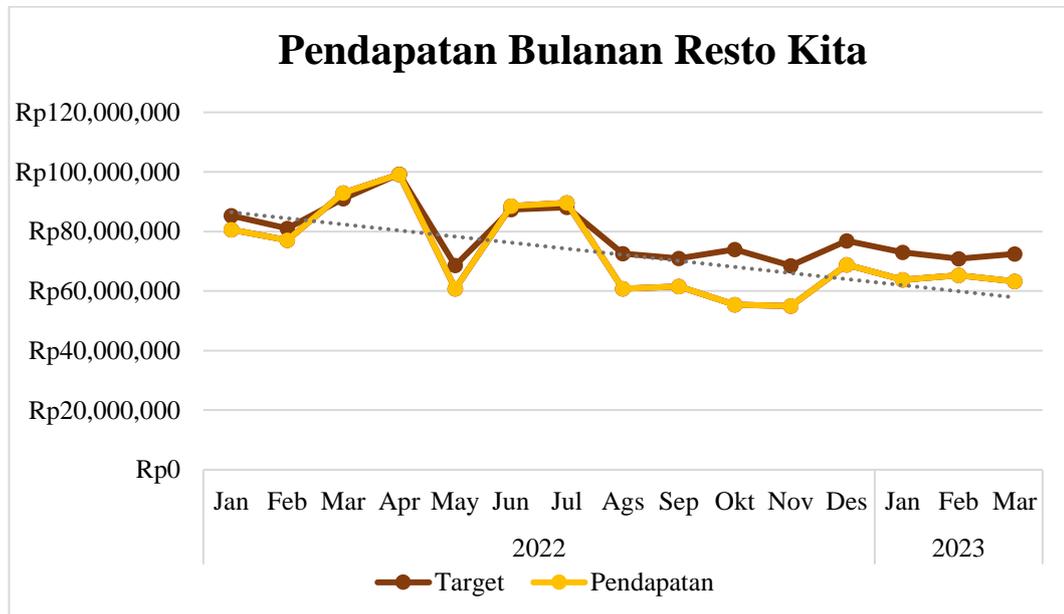
Kecamatan	2018	2019	2020	2021
Telukjambe Timur	200	220	230	233
Cikampek	125	130	132	136
Karawang Barat	120	130	135	139
Klari	100	110	110	113
Karawang Timur	80	90	90	95
Telukjambe Barat	60	65	68	71
Rengasdengklok	45	47	47	48

Sumber: (PPID Karawang, 2022)

Terlihat dari Tabel I.1 di atas yang menunjukkan data jumlah rumah makan dengan hasil 7 data tertinggi di kecamatan daerah Karawang hampir semuanya memiliki peningkatan setiap tahunnya. Kenaikan tersebut bisa menjadi bukti bahwa sektor kuliner di Karawang juga tidak kalah bersaing dengan industri lainnya. Kabupaten Karawang menjadi salah satu dari tujuan wisata kuliner populer di Jawa Barat.

Resto Kita adalah salah satu restoran di Kabupaten Karawang yang mengikuti pasar bisnis dalam hal kuliner ataupun *food and beverage* (FNB). Restoran ini telah berdiri selama lebih dari 10 tahun sejak tahun 2010 sehingga masyarakat di Karawang pun sudah banyak mengetahui keberadaan Resto Kita ini. Restoran Resto Kita telah memiliki 2 lantai tempat makan, *indoor* maupun *outdoor*, dan terletak di Jl. Raya Perumnas Bumi Teluk Jambe, Blk. H No.11-12, Sukaluyu, Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Selain menjual secara langsung (membuka outlet), Resto Kita juga menyediakan pembelian makanan melalui Gofood. Resto Kita sudah ikut bekerja sama dengan perusahaan Gojek terutama di bagian pemesanan makanan atau Gofood ini sejak tahun 2019 dengan total rating dari 200+ pengguna sebesar 4,5 bintang. Sebagian besar pengunjung

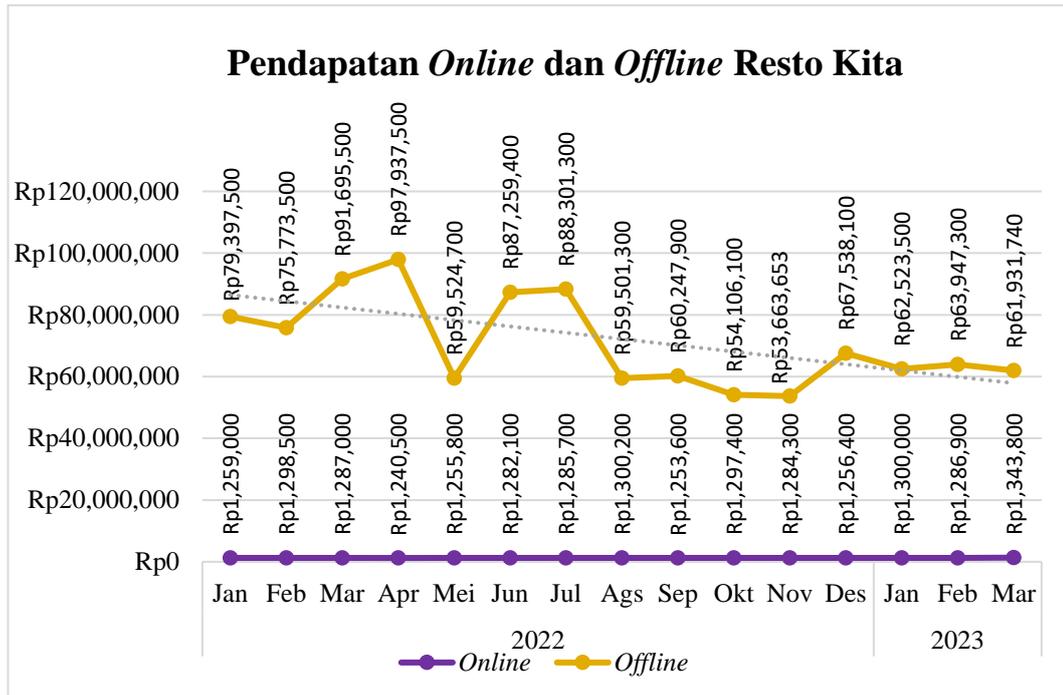
yang datang ke Resto Kita adalah penduduk lokal, namun tidak sedikit juga yang berasal dari luar Karawang.



Gambar I.1 Data Pendapatan Resto Kita Januari 2022–Maret 2023

Meskipun telah banyak dikenal oleh kebanyakan masyarakat lokal Karawang, hal tersebut tidak dapat membuktikan bahwa keuntungan yang diperoleh oleh Resto Kita berjalan mulus. Maka dari itu dilalukan wawancara dengan pemilik resto (*owner*) untuk mendapatkan data pendapatan bulanan dari Resto Kita. Pada Gambar I.1 grafik di atas menunjukkan pertumbuhan pendapatan dari Resto Kita dari Januari 2022 hingga Maret 2023. Pada data tersebut terjadi kenaikan dan penurunan pertumbuhan pendapatan yang fluktuatif namun cenderung menurun pada bulan-bulan berikutnya.

Namun pada data pendapatan ini adalah data pendapatan bersifat keseluruhan, maksudnya pendapatan ini diperoleh dari pesanan pelanggan secara langsung dan tidak langsung (*online order*). Sehingga perlu tambahan identifikasi bahwa pendapatan yang bersumber dari mana yang mengakibatkan pendapatan tidak stabil tersebut. Pendapatan secara langsung (*offline*) bersumber dari pendapatan yang diperoleh dari pelanggan yang mengunjungi restoran dan memilih untuk makan di tempat (*dine-in*), sedangkan pendapatan tidak langsung (*online*) adalah pendapatan yang diperoleh dari pemesanan via aplikasi Gofood. Berikut penjabaran pendapatan penjualan *online* dan *offline* Resto Kita.



Gambar I.2 Grafik Pendapatan *Online* dan *Offline* Resto Kita

Berdasarkan Gambar I.2 dapat dilihat bahwa pendapatan yang diperoleh dari hasil pemesanan *online* berbanding jauh dengan pendapatan yang diperoleh secara *offline*. Pendapatan *online* per bulannya hanya berkisar di angka satu juta sedangkan pendapatan *offline* berkisar pada puluhan juta rupiah. Maka dari itu dapat disimpulkan dari Gambar I.2 tersebut bahwa pelanggan Resto Kita adalah pelanggan yang dominan untuk berkunjung untuk bersantap secara langsung di restoran. Sehingga pengaruh pendapatan yang menurun juga karena preferensi pelanggan yang datang secara langsung.

Kenaikan pendapatan juga dapat dipengaruhi oleh faktor faktor eksternal, berdasarkan wawancara secara langsung dengan pemilik restoran, terdapat beberapa faktor pendukung kenaikan pendapatan, seperti pada bulai Maret 2022 terjadi kenaikan pendapatan dikarenakan adanya kedatangan *reviewer food vlogger* yang datang dan mengunggah video berisi pengalaman dan kesannya selama bersantap di Resto Kita. Sehingga konten video tersebut berhasil meningkatkan penonton dan pengikutnya untuk mengunjungi Resto Kita. Selanjutnya setelah bulan Maret 2022, bulan April 2022 juga terjadi kenaikan pendapatan dikarenakan bulan tersebut adalah bulan yang dinantikan oleh umat

muslim di Indonesia karena bertepatan dengan bulan Ramadhan 1443 Hijriyah. Sehingga banyak pelanggan yang beragama Islam melakukan acara seperti buka bersama dan menjadi ajang reunion bagi siapa saja. Hal tersebut akhirnya mendorong pelanggan untuk melakukan pertemuan di tempat-tempat makan dan bersantai, salah satunya adalah Resto Kita.

Selanjutnya pada bulan Juni – Juli 2022 juga terjadi peningkatan dari bulan sebelumnya dikarenakan bulan Juni adalah masa libur sekolah bagi para pelajar. Dilihat bahwa daerah Resto Kita adalah daerah Perumnas (Perumahan Nasional) yang dikelilingi banyak fasilitas, termasuk sekolah. Sehingga Resto Kita juga terbilang eksis di mata para pelajar dan menjadi salah satu pilihan mereka untuk bersantap karena harganya yang ekonomis sehingga ramah di kantong dan memungkinkan menjadi tempat kumpul bertemu dengan kerabat lainnya bagi kaum-kaum remaja.

Selain karena faktor-faktor pada paragraf sebelumnya tersebut, pertumbuhan pendapatan yang tidak stabil dapat diakibatkan karena faktor internal yang terjadi di restoran itu sendiri. Seperti kurangnya kebersihan di resto atau pelayanan yang didapat oleh pelanggan tidak sesuai dengan harapan mereka. Sehingga faktor-faktor internal yang terjadi di Resto Kita menjadi sumber permasalahan yang berdampak pada kepuasan yang diterima oleh pelanggan. Berikut di bawah ini Tabel I.2 hasil rekap *in-depth interview* yang telah dilakukan untuk mengetahui apa saja yang paling banyak dikeluhkan dari 11 narasumber yang dipercaya sudah mengunjungi Resto Kita dan bersedia menceritakan pengalaman bersantapnya di Resto Kita.

Tabel I.2 Keluhan Pelanggan Berdasarkan Hasil Wawancara

No.	Keluhan
1	Terdapat beberapa area makan yang kurang bersih.
2	Penampilan staf kurang rapi.
3	Staf kurang sigap menanggapi panggilan pelanggan.
4	Kurangnya kesopanan staf terhadap pelanggan.
5	Staf kurang sigap menangani keluhan pelanggan.
6	Terdapat staf yang kurang mengetahui tentang makanan dan minuman di restoran.
7	Terdapat staf yang acuh ketika ada pelanggan masuk.
8	Kurang konsistensi pelayanan kepada pelanggan.
9	Area lahan parkir tidak memadai.

Terdapat sembilan kesimpulan permasalahan yang dipetik dari hasil wawancara dengan pelanggan Resto Kita yang menjadi akar permasalahan yang menyebabkan pertumbuhan pendapatan Resto Kita menjadi fluktuatif dan cenderung menjauh dari target. Keluhan ini juga yang membuat eksistensi resto menjadi kurang diminati masyarakat. Padahal, memberikan layanan yang berkualitas dan menjaga kepuasan pelanggan adalah faktor penting yang mengarah pada kesuksesan bisnis (Marković et al., 2011). Karena pada hakikatnya restoran tidak hanya menjual produk sebagai makanan dan minuman, namun juga menjual jasa terutama pelayanan yang diberikan kepada pelanggan untuk menumbuhkan rasa percaya dan kesetiaan terhadap suatu bisnis.

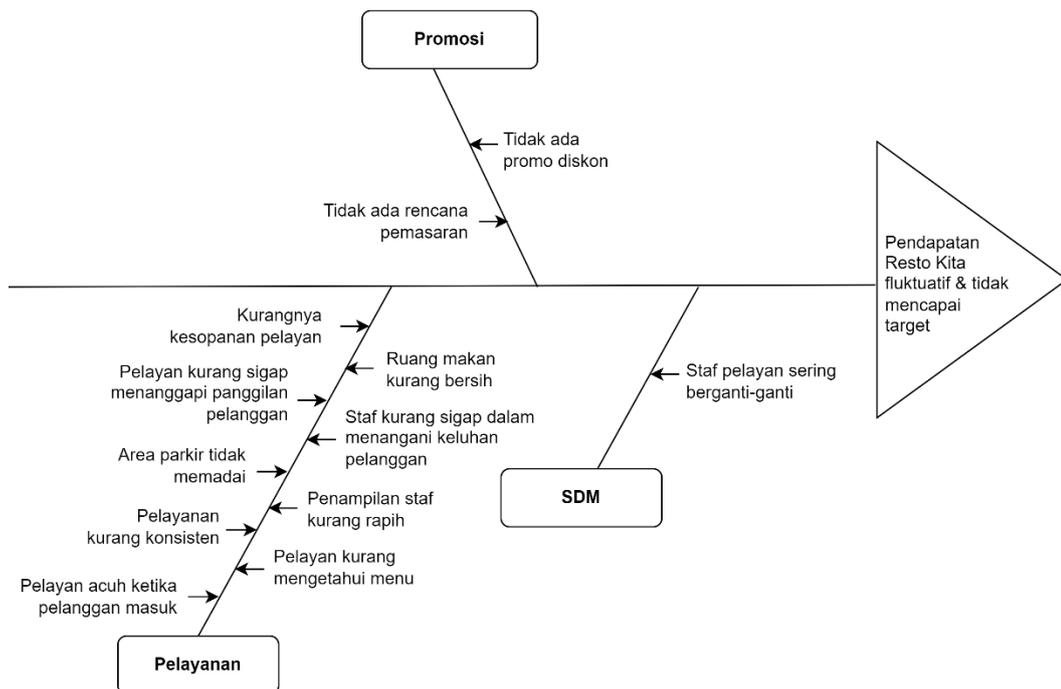
Selain itu juga terdapat beberapa kondisi eksisting pada Resto Kita yang menjadi potensi permasalahan terhadap pendapatan Resto Kita, hal ini didapatkan berdasarkan hasil observasi langsung dan wawancara kepada pemilik restoran.

Tabel I.3 Kondisi Eksisting Resto Kita

No.	Kondisi Eksisting
1	Staf pelayan yang sering berganti-ganti.
2	Tidak adanya promo diskon/paket pada menu hidangan.
3	Tidak adanya manajemen rencana pemasaran.

Dari hasil wawancara tersebut didapat tiga kondisi eksisting restoran yang juga adalah penyebab dari pendapatan Resto Resto kita yang tidak mencapai target. Pemilik mengakui bahwa staf pada Resto Kita terutama staf pelayan (*waiter/waitress*) sering berganti-ganti seiring datangnya penawaran kerja di tempat lain. Pemilik juga mengakui bahwa Resto Kita tidak pernah melakukan promosi pada menu makanannya termasuk pada hari-hari istimewa atau hari besar tahunan. Promosi terhadap paket atau *bundling* menu yang biasa ada di kebanyakan restoran justru tidak diterapkan pada Resto Kita, sehingga semua menu harus dipesan secara satuan (*a la carte*). Selain itu juga tidak adanya manajemen untuk membuat rencana pemasaran yang jelas pada restoran.

Gambar I.3 di bawah ini merupakan diagram *fishbone* untuk mengklasifikasi keluhan dan kondisi eksisting yang sebelumnya sudah dipaparkan dalam Tabel I.2 dan Tabel I.3.



Gambar I.3 Diagram *Fishbone* Resto Kita

Pada diagram *fishbone* di atas menunjukkan akar permasalahan yang menjadi penyebab permasalahan utama Resto Kita, yakni pendapatan yang fluktuatif dan

tidak mencapai target. Klasifikasi tersebut terbagi menjadi tiga, yakni: Sumber Daya Manusia (SDM), promosi, dan pelayanan.

I.2 Alternatif Solusi

Berdasarkan konteks permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, akan diambil keputusan dalam memilih opsi penyelesaian alternatif solusi untuk setiap akar permasalahan yang ada di Resto Kita, berikut uraian pada Tabel I.4.

Tabel I.4 Alternatif Solusi

No.	Akar Permasalahan		Potensi Solusi
1	SDM	Staf pelayan yang sering berganti-ganti.	Perancangan manajemen SDM Resto Kita
2	Promosi	Tidak adanya promo diskon/paket pada menu hidangan. Tidak adanya manajemen rencana pemasaran.	Perancangan strategi promosi Resto Kita
3	Pelayanan	Terdapat beberapa area makan yang kurang bersih. Penampilan staf kurang rapi. Staf kurang sigap menanggapi panggilan pelanggan. Kurangnyanya kesopanan staf terhadap pelanggan. Staf kurang sigap menangani keluhan pelanggan. Terdapat staf yang kurang mengetahui tentang makanan dan minuman di restoran. Terdapat staf yang acuh ketika ada pelanggan masuk. Kurang konsistensi pelayanan kepada pelanggan. Area lahan parkir tidak memadai.	Perancangan perbaikan pelayanan Resto Kita

Dari Tabel I.4, terlihat bahwa beberapa alternatif solusi yang mungkin untuk mengatasi setiap akar permasalahan. Langkah selanjutnya adalah memberikan skor bobot pada setiap alternatif solusi, dengan rentang skala 1 hingga 5, untuk menentukan solusi yang memiliki bobot tertinggi dan akan menjadi prioritas dalam penelitian ini. Proses pembobotan ini melibatkan diskusi dan pertimbangan

dari pihak Resto Kita. Tabel I.5 memuat daftar bobot nilai untuk setiap alternatif solusi yang ada.

Tabel I.5 Skala Penilaian Potensi Solusi

No.	Potensi Solusi	Penilaian Kriteria (Skala 1-5)				Total Nilai
		Dampak Signifikan	Mudah Dilakukan	Biaya Rendah	Realisasi Singkat	
1	Perancangan manajemen SDM Resto Kita	2	3	3	3	11
2	Perancangan strategi promosi Resto Kita	2	3	2	2	10
3	Perancangan perbaikan pelayanan Resto Kita	4	3	3	3	13

Tabel I.5 menunjukkan bahwa potensi solusi dengan skor tertinggi adalah merancang atribut kebutuhan untuk meningkatkan pelayanan di Resto Kita, dengan total skor mencapai 13. Oleh karena itu, potensi solusi ini akan menjadi prioritas utama dalam penelitian ini.

I.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka perumusan masalah utama yang terdapat di Resto Kita yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Apa saja jenis klasifikasi atribut kebutuhan berdasarkan *Service Quality*?
2. Apa saja hasil klasifikasi atribut kebutuhan berdasarkan Model Kano?
3. Apa saja atribut kebutuhan yang menjadi *True Customer Needs* berdasarkan hasil integrasi *Service Quality* dan Model Kano pada restoran Resto Kita?
4. Bagaimana perancangan rekomendasi perbaikan pelayanan di Resto Kita berdasarkan *True Customer Needs*?

I.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi jenis klasifikasi atribut kebutuhan berdasarkan *Service Quality*.

2. Mengelompokkan hasil klasifikasi atribut kebutuhan berdasarkan Model Kano.
3. Menentukan atribut kebutuhan yang menjadi *True Customer Needs* berdasarkan hasil integrasi *Service Quality* dan Model Kano pada Resto Kita.
4. Merancang usulan rekomendasi perbaikan pelayanan di Resto Kita berdasarkan *True Customer Needs*.

I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan menghasilkan beberapa manfaat diantaranya:

1. Penelitian ini dapat memberikan solusi perbaikan permasalahan yang dialami oleh pemilik (*owner*) Resto Kita.
2. Hasil penelitian dapat menghasilkan kelebihan dan kekurangan pada setiap atribut untuk mengetahui prioritas rekomendasi perbaikan.
3. Menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang serupa dengan peningkatan dan perbaikan lainnya.

I.6 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa batasan yaitu sebagai berikut:

1. Pengukuran penggunaan layanan Resto Kita dari hasil wawancara dan survey dalam penelitian ini.
2. Responden penelitian adalah konsumen dengan minimal dua kali pernah berkunjung secara langsung (*dine-in*) di Resto Kita.
3. Penelitian ini hanya sampai pada tahap perumusan rekomendasi berdasarkan integrasi *Service Quality* dan model Kano.

I.7 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan yang digunakan dalam proposal penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang permasalahan dan penelitian terhadap Resto Kita, kemudian terdapat perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi mengenai literatur yang relevan dengan permasalahan yang ada di Resto Kita dan juga akan menampilkan hasil dari penelitian-penelitian terdahulu. Dalam penelitian ini, kajian yang akan menjadi acuan adalah topik mengenai Model KANO dan *Service Quality*.

BAB III METODOLOGI PERANCANGAN

Pada bab ini akan berisi informasi mengenai langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian tugas akhir ini. Mulai dari langkah awal untuk mendapatkan informasi mengenai permasalahan yang ada pada Resto Kita sampai pada langkah penarikan kesimpulan dan saran yang sebaiknya dilakukan untuk perbaikan objek penelitian ke depannya.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini berisi mengenai proses dari awal pengumpulan data hingga sampai penentuan hasil dari pengolahan data terkait penelitian Resto Kita. Proses pada bab ini mengacu pada sistematika perancangan yang ada pada Bab III. Terdapat integrasi metode antara *Service Quality* dengan Model Kano yang nantinya akan menghasilkan *True Customer Needs* (TCN).

BAB V ANALISIS

Pada bab ini akan dilakukan verifikasi hasil *True Customer Needs* dan dilakukan perancangan sistem terintegrasi. Verifikasi TCN dilakukan mengacu berdasarkan standar acuan yang ditetapkan oleh lembaga tertentu. Selanjutnya pada bab ini juga akan dilakukan validasi. Proses validasi ini akan dilakukan bersama-sama pihak pemilik (*owner*) Resto Kita terkait usulan perbaikan yang telah dirancang sebelumnya.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan ditarik seluruh hasil penelitian menjadi sebuah kesimpulan terkait proses perancangan dan menambahkan saran bagi penyusun tugas akhir dan rekomendasi bagi pihak Resto Kita.