

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kebutuhan manusia akan pangan selalu menjadi salah satu kebutuhan utama. Pengusaha dapat melihat hal ini sebagai prospek dalam berbisnis, sesuai adanya permintaan dan penawaran. Jumlah populasi manusia yang terus bertambah membuat tingkat kebutuhan manusia akan pangan juga terus bertambah. Bisnis pangan khususnya di bidang restoran saat ini menunjukkan perkembangan yang baik. Dengan prospek usaha yang meningkat dan cukup pesat.

Saat ini tingginya konsumsi makanan diiringi dengan perubahan gaya hidup dan pola konsumsi makan. Masyarakat yang tadinya senang berada di rumah sekarang lebih sering menghabiskan hari-harinya untuk beraktivitas di luar rumah, terutama bagi masyarakat perkotaan. Umumnya mereka beraktivitas mulai dari pagi sampai sore hari untuk menjalankan bisnis atau kegiatan lainnya. Dengan kesibukan yang dimiliki, masyarakat tidak memiliki waktu lagi untuk memenuhi semua kebutuhan yang diperlukan termasuk memenuhi kebutuhan dasar yaitu makan.

Restoran dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat yang tidak mempunyai waktu untuk menyediakan makanan sendiri. Berbagai macam pelayanan diberikan sebuah restoran dalam memanjakan konsumennya seperti memberikan kenyamanan. Karena saat ini, restoran bukan hanya dijadikan

sebagai tempat makan dan minum saja, bahkan sering dijadikan sebagai tempat rekreasi keluarga, berkumpul dengan teman-teman dan tempat pertemuan dengan relasi bisnis bahkan untuk resepsi pernikahan.

Melihat kebiasaan masyarakat yang senang makan diluar rumah terus berkembang, hal ini mengakibatkan jumlah restoran di Indonesia khususnya di kota Bandung yang dikenal dengan Kota Wisata Kuliner mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Hal ini dijadikan peluang bagi para pengusaha untuk membuka bisnis restoran. Kini banyak bermunculan restoran-restoran makanan khas yang menyajikan menu masakan yang menarik.

Di tengah ketatnya persaingan saat ini, para pengusaha restoran saling bersaing untuk merebut hati pelanggan. Para pelaku bisnis harus menyiapkan strategi agar dapat menyenangkan hati dan membangun rasa antusias konsumen menjadi suatu experience di dalam mengkonsumsi suatu produk dan jasa, sehingga akan membuat mereka terkesan. Oleh karena itu diperlukan sebuah pemikiran tradisional yang sebelumnya hanya menyediakan menu hidangan (makanan dan minuman) saja menjadi sebuah konsep modern yang menawarkan suatu pengalaman tak terlupakan. Penciptaan suasana yang nyaman dengan desain interior unik, dan tersedianya berbagai fasilitas tambahan seperti hiburan live music, wifi, serta sejenisnya merupakan daya tarik khusus bagi para pelanggan yang akhirnya akan mempengaruhi keputusan dan minat pembelian mereka.

Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan.

Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan berkontribusi pada terciptanya loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan adalah kunci sukses bagi perusahaan, tidak hanya dalam jangka pendek, tetapi menjadi keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Pelanggan yang loyal tidak akan mudah terpengaruh atau berpindah ke perusahaan lain.

Kota Wisata Kuliner adalah salah satu sebutan bagi kota Bandung dikarenakan kota Bandung terkenal dengan makanannya yang lezat, penuh inovasi dan sangat beranekaragam. Salah satunya adalah restoran atau café yang menyajikan makanan khas dengan bahan dasar daging kambing. Karena dengan bahan dasar daging kambing dapat diolah menjadi berbagai macam menu masakan yang dapat disajikan kepada konsumen. Kambing Bakar Cairo merupakan sebuah restoran yang menawarkan menu kambing bakar low kolesterol dan dikenal sebagai kambing bakar terlezat ke-2 se-timur tengah. Menu utama atau *icon* dari makanan yang tersedia di restoran ini tentunya adalah Kambing Bakar. Kambing Bakar merupakan makanan khas Timur Tengah yang identik dengan bumbu-bumbu tradisional yaitu rempah-rempah. Aroma rempah-rempahnya begitu mendominasi hidung, karena dagingnya direbus terlebih dahulu dengan rempah merica, jahe, dan asam hingga dagingnya lunak.

Kambing Bakar Cairo dengan menggunakan tagline “TERLEZAT KE-2 SE-TIMUR TENGAH” merupakan salah satu strategi untuk meyakinkan para

pelanggan bahwa produknya tidak akan mengecewakan. Menurut store manager Kambing Bakar Cairo di Bandung (Iqbal), resepnya sudah turun-temurun dari nenek sang owner yang asli berasal dari Kairo. Untuk memenuhi strategi tersebut, bahan baku (kambing) yang digunakan adalah kambing muda yang berumur di bawah 5bulan, dan dipadukan dengan bumbu rempah asli Timur Tengah yang menghasilkan daging kambing low kolesterol. Dan di bagian punggung yang terdapat sumsum yang berprotein tinggi. Hal itu tentu saja sangat baik bagi kesehatan tubuh kita dan sangat banyak manfaatnya.

Biasanya setiap restoran memiliki strategi yang berbeda-beda untuk menghasilkan pelayanan yang berkualitas. Berdasarkan hal tersebut maka Kambing Bakar Cairo menyediakan berbagai fasilitas, diantaranya meliputi fasilitas ruangan yang terbagi dua yaitu ruangan smoking area dan non smoking area, free wi-fi, TV, toilet, wastafel, tempat parkir, Delivery Service, dan dalam proses pelayanan untuk memesan makanan (*take order*), para pramusaji menggunakan gadget berupa tablet android untuk mengorder pesanan konsumen. Dengan begitu bagian kitchen dapat dengan cepat membuat pesanan yang diminta tanpa harus pramusaji yang menghampirinya secara langsung. Dengan konsep seperti ini, konsumen dapat lebih cepat untuk menyantap pesannya dibandingkan dengan restoran yang pramusajinya menuliskan pesanan dengan manual (kertas). Berbagai fasilitas tersebut menjadikan kualitas pelayanan yang unggul bagi Kambing Bakar Cairo sebagai poin utama memenangkan persaingan bisnis.

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, salah satu cara yang dapat digunakan adalah dengan menerapkan metode *Quality Function Deployment (QFD)*. *Quality Function Deployment (QFD)* merupakan suatu metode yang digunakan suatu perusahaan dalam upaya untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen yang bertujuan untuk memperbaiki kualitas suatu produk atau pelayanan. Pada dasarnya *Quality Function Deployment (QFD)* membantu perusahaan mengatur semua elemen yang diperlukan untuk mendefinisikan, merancang dan membuat produk atau menyajikan service yang dapat memenuhi kebutuhan customer (Daetz, 1995). Alat pokok yang digunakan dalam QFD (*Quality Function Deployment*) yaitu HOQ (*House of Quality*), yang merupakan suatu matriks untuk menunjukkan hubungan antara kebutuhan dan keinginan konsumen dengan sifat-sifat rekayasa teknis serta mencari penyebab-penyebabnya sehingga perusahaan dapat menyesuaikan kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut dengan desain dan standar layanan serta kendala-kendala yang mungkin terjadi.

Berdasarkan uraian yang dikemukakan di atas, maka penulis terdorong untuk mengadakan penelitian dengan maksud memahami dan menganalisa permasalahan yang dihadapi Kambing Bakar Cairo. Maka sehubungan dengan latar belakang penelitian tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian dalam bentuk penulisan skripsi dengan judul :

“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN RESTORAN KAMBING BAKAR CAIRO BANDUNG DENGAN MENGGUNAKAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)*”

1.2 Identifikasi Penelitian

Berdasarkan gambaran latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah-masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pelayanan diinginkan konsumen dalam menikmati pelayanan Restoran Kambing Bakar Cairo Bandung?
2. Upaya apa yang dilakukan oleh Restoran Kambing Bakar Cairo Bandung dalam memenuhi kualitas pelayanan yang diinginkan oleh konsumen?
3. Bagaimana hubungan antara atribut kualitas pelayanan yang diinginkan konsumen dalam menikmati pelayanan Restoran Kambing Bakar Cairo Bandung?
4. Bagaimana hubungan antara upaya-upaya yang dilakukan oleh produsen Restoran Kambing Bakar Cairo Bandung dalam memenuhi kualitas pelayanan yang diinginkan konsumen?
5. Atribut kualitas pelayanan apa yang diutamakan oleh produsen Restoran Kambing Bakar Cairo Bandung dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen?
6. Bagaimana kinerja restoran Restoran Kambing Bakar Cairo Bandung dibandingkan dengan kinerja restoran kambing pesaingnya dalam memenuhi kualitas pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen?
7. Upaya-upaya apa yang seharusnya diutamakan produsen Restoran Kambing Bakar Cairo Bandung sehingga dapat memenuhi kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan konsumen?

1.3 Batasan Penelitian

Dalam pembahasan dan pengembangan model pemecahan masalah perlu adanya beberapa batasan untuk menghindari luasnya pembahasan serta mengarah ke pemecahan masalah. Pada penelitian ini batasan-batasannya adalah:

1. Penelitian dilakukan pada kualitas pelayanan di Restoran Kambing Bakar Cairo Bandung.
2. Data yang dipakai adalah data primer dan sekunder yang diambil melalui kuesioner dan wawancara terhadap responden.
3. Penelitian ini di fokuskan pada konsumen yang telah mengkonsumsi jasa Restoran Kambing Bakar Cairo Bandung, maupun pada restoran kambing lainnya.
4. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode *Quality Function Deployment (QFD)*.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui atribut pelayanan yang diinginkan konsumen dalam menikmati pelayanan Restoran Kambing Bakar Cairo Bandung.
2. Mengetahui upaya yang dilakukan oleh Kambing Bakar Cairo Bandung dalam memenuhi kualitas pelayanan yang diinginkan oleh konsumen.

3. Mengetahui hubungan antara atribut kualitas pelayanan yang diinginkan konsumen dalam menikmati pelayanan Restoran Kambing Bakar Cairo Bandung.
4. Mengetahui hubungan antara upaya-upaya yang dilakukan oleh produsen Restoran Kambing Bakar Cairo Bandung dalam memenuhi kualitas pelayanan yang diinginkan konsumen.
5. Mengetahui atribut kualitas pelayanan yang diutamakan produsen Restoran Kambing Bakar Cairo Bandung dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen.
6. Mengetahui bagaimana kinerja restoran Restoran Kambing Bakar Cairo Bandung dibandingkan dengan kinerja restoran kambing pesaingnya dalam memenuhi kualitas pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen.
7. Mengetahui upaya-upaya apa saja yang seharusnya diutamakan produsen Restoran Kambing Bakar Cairo Bandung sehingga dapat memenuhi kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang penulis harapkan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis di bidang ekonomi dan pengetahuan yang lebih luas dalam penerapan manajemen operasi khususnya mengenai kualitas pelayanan restoran dengan menggunakan metode Quality Function Deployment (QFD).
- b. Menambah referensi dan pengetahuan bagi penelitian selanjutnya, baik secara teoritis maupun empiris sesuai dengan variable-variabel yang diamati.
- c. Adapun hasil penelitian ini digunakan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Bandung.

2. Bagi Perusahaan

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi perusahaan, terutama dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen.
- b. Menemukan variabel apa saja yang mempengaruhi harapan pelanggan atas atribut kualitas pelayanan.
- c. Membantu manajemen perusahaan dalam mempersiapkan kebutuhan teknis yang harus dipersiapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memenuhi keinginan konsumen.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi tambahan atau pelengkap bagi pihak lain untuk pengembangan ilmu pengetahuan, dan juga

penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian lanjutan bagi para peneliti lain terutama peneliti dalam bidang yang sama.

1.6 Kerangka Pemikiran

Manajemen operasi terdiri dari dua kata, yaitu manajemen dan operasi. Pengertian manajemen menurut Melayu S.P Hasibuan (2006 : 2) adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Sedangkan operasi adalah kegiatan untuk mengubah masukan (yang berupa faktor-faktor produksi/operasi) menjadi keluaran sehingga lebih bermanfaat daripada bentuk aslinya.

Manajemen operasi adalah Bidang manajemen yang mengkhususkan pada produksi barang, serta menggunakan alat-alat dan teknik-teknik khusus untuk memecahkan masalah-masalah produksi. (Richard L. Daft, 2006 : 216)

Salah satu dari ruang lingkup manajemen operasi yaitu mengenai pengendalian kualitas dimana kualitas merupakan keseluruhan ciri atau karakteristik produk atau jasa dalam tujuannya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Untuk itu maka perusahaan harus memperhatikan mengenai kualitas ini dengan penerapannya didalam manajemen perusahaan sehingga manajemen kualitas mempunyai makna tertentu dalam sektor bisnis. Kualitas merupakan pemecahan masalah untuk mencapai penyempurnaan terus-menerus. (W. Edwards Deming, Suardi 2003) Disini terlihat bahwa kualitas merupakan

suatu solusi yang tepat bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja dari perusahaan tersebut dalam produksi, distribusi, dan pelayanan.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam perbaikan kualitas pelayanan adalah ketepatan waktu, pelayanan bebas dari unsur kesalahan, kesopanan dan keramahan, tanggung jawab, kelengkapan atau tersedianya sarana pendukung serta pelayanan komplementer, kemudahan mendapatkan pelayanan, variasi model pelayanan, pelayanan pribadi, kenyamanan dalam memperoleh pelayanan.

Salah satu metode untuk meningkatkan kualitas produk (barang atau jasa) sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yaitu *Quality Function Deployment (QFD)*. Secara umum, QFD merupakan suatu alat/metode yang digunakan untuk memusatkan perhatian pada hal-hal yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam penyusunan standar layanan. Menurut Cohen (1995),

QFD adalah sebuah metode yang dipakai untuk mengembangkan dan merencanakan produk agar tim pengembang dapat menspesifikasi secara rinci kebutuhan dan keinginan customer. Menurut **Ermer (1995)**, QFD adalah sebuah metode perbaikan kualitas yang didasarkan pada pencarian input secara langsung dari konsumen untuk selanjutnya dipikirkan bagaimana cara memenuhi input tersebut. Sedangkan menurut **Daetz (1995)**, QFD adalah proses perencanaan sistematis yang diciptakan untuk membantu perusahaan mengatur semua elemen yang diperlukan untuk mendefinisikan, merancang dan membuat produk atau menyajikan service yang dapat memenuhi kebutuhan customer.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa QFD adalah suatu metode yang digunakan suatu perusahaan dalam upaya untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen yang bertujuan untuk memperbaiki kualitas suatu produk. Manfaat dari *QFD* sendiri yaitu mengurangi biaya meningkatkan pendapatan serta mengurangi waktu produksi.

Implementasi *Quality Function Deployment (QFD)* secara umum menurut (Render dan Heizer 2009:170) ada tiga fase yaitu :

1. Fase pengumpulan suara konsumen (*Voice Of Customer*)

Prosedur umum dalam pengumpulan suara kosnumen adalah:

- a) Menentukan atribut-atribut yang dipentingkan konsumen (berupa data kualitatif) dan data ini biasanya diperoleh dari wawancara observasi dan penyebaran kuesioner terhadap konsumen.
- b) Mengukur tingkat kepentingan atribut-atribut.

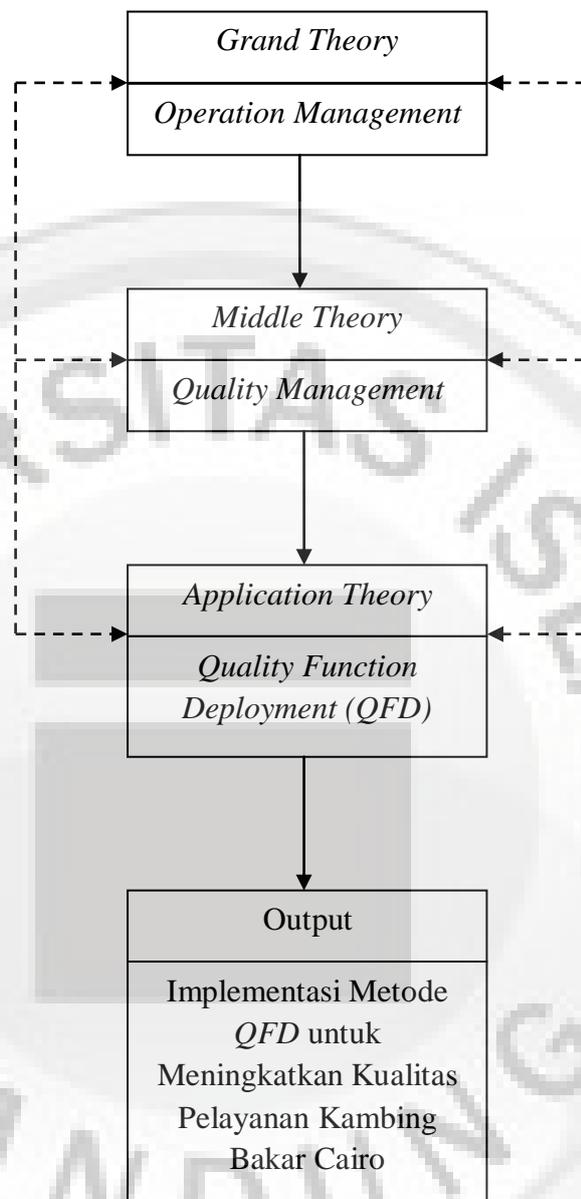
2. Fase penyusunan rumah kualitas (*House Of Quality*)

Langkah-langkah dalam pembuatan rumah kualitas meliputi :

- a) Pembuatan matrik kebutuhan konsumen, tahap ini meliputi menentukan serta mengumpulkan data berdasarkan keinginan dan kebutuhan konsumen.
- b) Pembuatan upaya operasional perusahaan untuk memenuhi atau menyesuaikan dengan keinginan konsumen.
- c) Menentukan hubungan antara upaya operasional perusahaan dengan keinginan konsumen.
- d) Menggambarkan hubungan dan ketergantungan antara sesama upaya operasional perusahaan.
- e) *Benchmarking* atau membandingkan antara perusahaan dengan pesaing untuk mengetahui perusahaan mana yang sesuai dengan keinginan konsumen.
- f) Mengetahui upaya operasional apa yang harus dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi keinginan konsumen.

3. Fase pembahasan

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka dapat dibuat bagan kerangka pemikiran berikut ini.



Gambar 1.1 Bagan kerangka pemikiran