

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dengan adanya perkembangan di dunia bisnis maka setiap usaha bisnis dituntut untuk selalu cermat dalam memperhatikan pemenuhan keinginan pasar (Munaba et.al, 2018). Para pelaku usaha dituntut untuk selalu meningkatkan kualitasnya agar dapat bertahan di lingkungan bisnis. Pada umumnya perusahaan berupaya untuk memenuhi harapan konsumen, dengan membangun kepercayaan dalam suatu hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggannya (Pitoy et.al, 2016). Untuk dapat bertahan khususnya usaha restoran dan kafe perusahaan harus melakukan inovasi-inovasi yang disukai untuk memperoleh kepuasan konsumen baik dalam hal menu makanan, pelayanan, suasana cafe, dll (Sinawati dan M, 2019). Dalam usaha memperoleh kepuasan konsumen perusahaan harus bisa memenuhi keinginan yang diharapkan konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang penting dalam meningkatkan daya saing suatu usaha. Konsumen akan menilai kualitas suatu kafe dengan membandingkan kafe yang lainnya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan (Sinawati dan M, 2019). Harapan dari konsumen setiap saat selalu berubah sehingga kualitas yang diberikan juga harus menyesuaikan. Kualitas pelayanan yang baik akan berdampak positif pula untuk perusahaan dan konsumen akan senang berkunjung kembali yang membuat

konsumen akan loyal terhadap cafe tersebut, Sebaliknya jika pelanggan yang merasa tidak puas akan meninggalkan dan memilih perusahaan lain, akibatnya perusahaan akan mengalami penurunan pendapatan/ kerugian (Sangadji dan Sopiah, 2013).

Tantangan organisasi atau perusahaan jasa adalah meningkatkan kualitas pelayanan menggunakan permintaan pelanggan sebagai cara mengadakan *benchmarking* dalam kualitas pelayanan karyawan yang melayani pelanggan secara langsung harus diberi kepercayaan dalam memberikan pelayanan yang konsisten dan berkualitas sekaligus mendapatkan pelayanan dari perusahaan jasa sebagai pelanggan (Ariani, 2014). Untuk itu perlu dilakukan pendekatan kepada pelanggan agar perusahaan dapat mengetahui keinginan pelanggan, Sehingga jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan keinginan atau harapan pelanggan perusahaan bisa melakukan perbaikan.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengembangkan / memperbaiki produk adalah dengan menggunakan metode QFD (*Quality Function Deployment*) yang berfungsi sebagai metode perbaikan produk dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas dengan menganalisis atribut yang melekat pada produk berdasarkan keinginan konsumen (Dyana, 2020). Menurut Büyüközkan dan Çifçi (2012) Metodologi QFD dapat digunakan untuk produk berwujud dan jasa tidak berwujud, termasuk barang manufaktur, industri jasa, perangkat lunak produk, proyek TI,

pengembangan proses bisnis, pemerintahan, layanan kesehatan, inisiatif lingkungan, dan banyak lainnya aplikasi.

Awal mula *Quality Function Deployment* adalah dari keinginan dan kebutuhan dari pelanggan. Dalam hal ini disebut sebagai “Suara dari pelanggan” (*Voice of Customer*). Adapun tahapan pengendalian implementasi QFD secara umum terdiri dari tiga fase yaitu fase pengumpulan suara konsumen, fase penyusunan rumah kualitas (*House of Quality*) serta fase analisis dan interpretasi (Yustian, 2016). QFD berpengaruh terhadap bagaimana suatu perusahaan dapat memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen yang bertujuan untuk mencapai kepuasan konsumen.

Maitreya Kopi merupakan salah satu kafe yang ada di Malang tepatnya yaitu di jalan Jetak Ngasri, Mulyoagung, Kec. Dau, Kabupaten Malang. Cafe yang mengusung konsep tradisional baik dari bagian *design interior*, menu makanan dan minuman. Menu yang disediakan oleh Maitreya Kopi memiliki harga terjangkau untuk semua kalangan. Tidak hanya minuman di Maitreya kopi juga terdapat beberapa jenis *Snack* yang dapat dinikmati dengan harga yang terjangkau pula. Maitreya memiliki ciri khas tersendiri berbeda dari cafe lainnya, bangunannya berbentuk joglo dimana hal ini berbeda dengan cafe-cafe yang ada di sekitarnya yang kebanyakan berkonsep modern minimalis. Walaupun nama menu makanan dan minuman tergolong sama dengan cafe sekitarnya tetapi Maitreya memiliki rasa khas dan berbeda, hal itulah yang membuat

Maitreya banyak diminati oleh para konsumen atau pelanggan. Contohnya minuman *matcha*, di Maitreya rasa dari minuman tersebut memiliki perbandingan rasa *matcha* dan susu yang tidak mendominasi sehingga *matcha* tetap masih lebih ditonjolkan. Cafe Cakpong digunakan sebagai perusahaan pembanding dengan Maitreya Kopi. Alasan pertama cafe cakpong digunakan sebagai pembanding adalah cafe cakpong memiliki konsep tradisional sama seperti cafe Maitreya Kopi. Alasan kedua cafe tersebut memiliki kesamaan dalam hal menu yang ditawarkan yaitu minuman yang berbahan dasar kopi dan minuman tradisional, harga di kedua cafe tersebut tidak jauh berbeda yakni mulai dari Rp. 10.000 – Rp. 15.000. Cafe Cak Pong dapat digunakan untuk pembanding untuk membandingkan kualitas pelayanannya dengan Maitreya Kopi.

Berikut merupakan data dari pra penelitian di Maitreya Kopi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pelanggan.

Tabel 1.1 Pendapat Pelanggan Maitreya Kopi

No	Jawaban	Jumlah
1	Kebersihan dan Kerapihan Kurang Maksimal	11
2	Fasilitas Penunjang Kurang	8
3	Pelayanan Karyawan Kurang Maksimal	6
4	Lahan Parkir Kurang Luas	5
Jumlah		30

Sumber : Data hasil wawancara (2022)

Dilihat dari hasil tabel pendapat pelanggan terdapat 30 responden yang sudah di wawancarai. 11 orang menyatakan kebersihan dan kerapihan kurang maksimal dimana toilet sering kali terlihat kotor bekas sepatu hingga

membuat lantai toilet menjadi kotor dan banyak sampah tisu yang berserakan. 8 orang menyatakan bahwa fasilitas penunjang kurang, seperti ketersediaan stopkontak tambahan dan Wifi yang tersedia sering mengalami kendala. 6 orang menyatakan pelayanan kurang maksimal dimana bebrapakali karyawan tidak berpenampilan rapi, tidak bersepatu, dan tidak ramah. 5 orang menyatakan parkir kurang luas dimana parkir yang tersedia kebanyakan untuk motor sedangkan kurang untuk mobil terlebih lagi kondisi lahan parkir yang sebagian masih dari tanah membuat pada saat musim hujan menjadi becek dan tidak layak untuk menjadi tempat parkir.

Hasil dari pendapat tentang kekurangan dari Maitreya Kopi dari permasalahan tersebut dapat disimpulkan bahwa masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki oleh manajemen perusahaan. Hal ini harus dijadikan perhatian sebagai landasan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Sehingga perusahaan dapat mempertahankan kualitas dan loyalitas pelanggan. Berdasarkan fenomena yang telah dikemukakan diatas, maka dari itu penulis tertarik untuk menganalisis dan memberi judul Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* (Qfd) Pada Maitreya Kopi Malang

B. Rumusan Masalah

Dari tabel 1.1 menggambarkan hasil pendapat pelanggan Maitreya Kopi, maka penulis telah membuat rumusan masalah yaitu :

1. Layanan apa yang dibutuhkan oleh Pengunjung Maitreya Kopi?

2. Atribut Layanan apa yang diprioritaskan untuk ditingkatkan berdasarkan kebutuhan pengunjung Maitreya Kopi
3. Respon teknis apa yang diprioritaskan untuk meningkatkan kualitas layanan berdasarkan hasil penyusunan *House of Quality* pada Maitreya Kopi?

C. Tujuan Penelitian

Dari Rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pelayanan yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pengunjung Maitreya Kopi.
2. Untuk mengetahui atribut pelayanan apa yang diprioritaskan untuk ditingkatkan berdasarkan penilaian Maitreya Kopi.
3. Untuk mengetahui respon teknis apa yang harus diprioritaskan untuk meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan hasil penyusunan *House of Quality* di Maitreya Kopi.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini nantinya dapat menjadi bahan referensi atau bahan masukan bagi ilmu manajemen khususnya operasional untuk menerapkan suatu metode dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan

2. Manfaat praktis

a. Bagi Perusahaan

Manfaat yang didapat oleh Maitreya Kopi adalah sebagai bahan pertimbangan dan referensi untuk menentukan metode dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan yang ada di Maitreya Kopi

b. Bagi Peneliti

Dapat mengimplementasikan secara nyata ilmu yang telah diterima selama menjalani perkuliahan tentang kalitas pelayanan serta dapat menambah wawasan bagaimana cara menganalisa suatu kualitas pelayanan

E. Batasan Penelitian

Batasan masalah pada penelitian ini yaitu dilakukan hanya di Maitreya Kopi dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* sebagai bahan dasar untuk membantu mencari dan menghitung kebutuhan konsumen. Variabel pada penelitian ini adalah *Servqual* oleh Parasuraman et al., (1988) yaitu *tangible, responsiveness, reliability, empathy, dan assurance.*