

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Profil Perusahaan

Bober *Café* adalah salah satu *café* yang berdiri pada bulan November 2004 di Kota Bandung, dimulai dari sebuah resto atau tempat nongkrong untuk anak muda. Nama Bober berasal dari kata “Bojong Koneng Bersatu”. Bojong merupakan bahasa sunda yang artinya rumah, jadi Bober *Café* selain menjadi tempat untuk nongkrongnya anak muda saja tapi sebuah *café* atau resto yang memberikan suasana yang nyaman dan membuat pelanggannya betah berlama-lama disana seperti dirumah sendiri bagi konsumennya. *Café* yang mampu menampung 150 pengunjung itu juga tetap memperhatikan nilai estetika ruangan. Bober *Café* berkonsep seperti rumah (*hommy*) dan *hangout place* untuk urusan interior dan desain ruangnya.

Bulan Juni tahun 2008, pihak manajemen Bober *Café* mencoba untuk mengembangkan usahanya karena melihat antusiasme dari konsumen atau pengunjung yang semakin meningkat. Diantaranya dengan memperluas area *café*, memperpanjang jam operasionalnya menjadi 24 Jam dalam 7 hari seminggu serta menambahkan fasilitas berteknologi tinggi seperti menyediakan *free wi-fi* dengan kecepatan tinggi dan pemasangan *big screen LCD* di setiap sudut ruangan *café* guna memberikan rasa kepuasan bagi konsumen. Bober *Café* juga menampilkan sajian *Live Music* dari para musisi lokal Kota Bandung secara rutin setiap hari Rabu, Jumat, dan Sabtu dalam seminggu dan menghibur para pengunjung dengan membuat program “*Open Mic Stand-Up Comedy*”, yaitu sebuah suatu acara yang berisikan tentang seseorang yang menceritakan sebuah cerita lucu di atas panggung, pada hari Minggu pada pukul 17.00 wib.

Bober *Café* selain sebagai tempat nongkrong anak muda juga menjadi satu-satunya wadah komunitas di Kota Bandung. Komunitas-komunitas yang bergabung dengan Bober *Café* yaitu Pameran Lukisan, NGADUide (Ngobrol Asik Dunia Usaha

dan Ide), belajar menulis bersama Pidi Baiq, Komunitas *Jazz*, termasuk juga “*Open Mic Stand-Up Comedy*” dan berbagai komunitas lainnya yang masih terus aktif digelar secara rutin di Bober Café .

Spesialisasi Bober Café adalah *Seesha Smoking*, kopi, dan kue-kue kering. Menu makanan yang menjadi andalan salah satunya yaitu Nasi goreng Plecing, *Chicken Honey Lemon*, dan Ayam Kaget Cenat-Cenut. Menu minuman andalannya yaitu *Love Story* dan Bober Oreo. *Range* harga yang ditawarkan cukup terjangkau terutama bagi pelajar dan mahasiswa, mulai dari Rp 17.000,00 per porsi hingga Rp 35.000,00 per porsi, sementara untuk minuman mulai dari Rp 7.000,00 hingga Rp 16.000,00 Bober Café berlokasi di Jalan RE Martadinata No. 123 dan memiliki cabang lain di Jalan Sumatera No. 5, tepat berada di Jantung Kota Bandung.

1.1.2. Logo Perusahaan

Logo Bober Café menggambarkan biji kopi dan botol *Seesha Smoking*, maksud dari gambar pada logo tersebut untuk menunjukkan bahwa Bober Café spesialisasi dalam menawarkan *Seesha Smoking*, *Coffee*, dan *Cookies* berupa kue-kue kering. Pemilihan corak warna serta bentuk huruf yang menarik, muda, sederhana namun tetap trendi sehingga memiliki karakter yang kuat dengan target pasarnya adalah anak muda yang modern dan trendi.



Gambar 1.1

Logo Bober Café

Sumber : www.bobercafé.com (24 Juni, 2014)

1.2. Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan negara yang memiliki kualitas produk yang sangat hebat terutama produk-produk seperti garmen, mode, dan tas, dibandingkan dengan kualitas sektor jasa, Indonesia yang masih ketinggalan jauh dan masih perlu belajar banyak dari Negara maju lainnya (*Daily Investor*, 2013). Padahal peranan dari sektor jasa cukup besar sebagai faktor penunjang dalam perekonomian negara dalam membantu peningkatan dan pertumbuhan ekonomi Indonesia (Lova, 2013). Berdasarkan data statistik perekonomian Indonesia tahun 2013, semua sektor ekonomi mengalami pertumbuhan, dimana jasa menjadi salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan ekonomi sebanyak 6,48% (Berita Resmi Statistik, 2014). Seiring dengan pertumbuhan ekonomi di sektor jasa, maka berdampak pada persaingan yang sangat tajam di industri sektor jasa yaitu dalam memperoleh sumber daya manusia, meningkatkan standar, desain dan kualitas produk dalam suatu industri kreatif (*Daily Investor*, 2013).

Industri kreatif di Indonesia adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan kreasi dan daya cipta individu (Indonesia Kreatif, 2014). Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Mari Elka Pangestu menyebutkan 15 subsektor industri kreatif Indonesia diantaranya yaitu periklanan (*advertising*), arsitektur, pasar barang seni, kerajinan (*craft*), desain, fesyen (*fashion*), video, film dan fotografi, permainan interaktif (*game*), musik, seni pertunjukan (*showbiz*), penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak (*software*), televisi dan radio (*broadcasting*), riset dan pengembangan (*R&D*), dan kuliner (Fadjar, 2014). Bandung termasuk salah satu kota di Indonesia yang menjadi barometer pertumbuhan industri kreatif tingkat nasional. Pertumbuhan industri kreatif di Kota Bandung menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan, terdapat beberapa subsektor industri kreatif yang selama ini menjadi tiang penyangga pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Bandung. Salah satu subsektor industri kreatif Kota Bandung yaitu industri kuliner (Bisnis UKM, 2012). Dimana

subsektor industri kuliner seperti *café* dan *restaurant* berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan Pariwisata Kota Bandung terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1
Data Jumlah *Café* & *Restaurant* di Kota Bandung Tahun 2009-2013

Tahun	Jumlah <i>Café</i> & <i>Restaurant</i>
2009	445
2010	461
2011	512
2012	571
2013	635

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2014

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, dapat dilihat bahwa pertumbuhan jumlah *café* dan *restaurant* di Kota Bandung berpengaruh terhadap persaingan yang ketat di bisnis tersebut. Persaingan yang ketat menuntut pihak pengusaha atau pemilik bisnis untuk lebih berupaya secara optimal dan semaksimal mungkin dalam meningkatkan kualitas produk jasa yang dihasilkan (Bangun *et al*, 2013:48). Menurut Tjiptono (2009:237), kualitas produk jasa merupakan faktor yang menentukan kepuasan konsumen. Kotler dalam Wijaya (2011:2) menyebutkan bahwa kepuasan konsumen merupakan fungsi dari pandangan terhadap kinerja produk atau jasa dan harapan konsumen. Jika kinerja berada di bawah harapan maka konsumen tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan maka konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen sangat puas atau senang.

Bober *Café* merupakan salah satu *café* yang sudah berdiri cukup lama di Kota Bandung. *Café* ini telah berusaha menyajikan produk dan memberikan pelayanan dengan kualitas yang terbaik, tetapi hal ini tidak menjamin Bober *Café* dapat terhindar dari imbasnya pertumbuhan *café* dan *restaurant* yang semakin meningkat dan menambah alternatif pilihan *café* dan *restaurant* bagi calon konsumen. Pihak

pengusaha harus melakukan perencanaan jasa yang disesuaikan atau bertujuan untuk memenuhi harapan konsumen sehingga perlu diterapkannya suatu metode untuk membuat desain yang didasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen (Zakaria, 2012:7).

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengetahui apa saja kebutuhan dan keinginan konsumen dalam pemilihan suatu produk atau jasa apa saja yang diprioritaskan adalah Metode *Quality Function Deployment* (QFD) (Heizer & Render, 2009:248).

Berdasarkan gejala dan fenomena dalam bidang bisnis kuliner, maka penelitian ini berjudul ***“Pendekatan Metode Quality Function Deployment (QFD) dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan di Bober Café Bandung”***.

1.3. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Atribut apa saja yang dijadikan penilaian pelanggan terhadap pelayanan jasa di Bober Café Bandung ?
2. Bagaimana bobot *costumer importance* (tingkat kepentingan konsumen) terhadap atribut pelayanan jasa di Bober Café Bandung ?
3. Pelayanan seperti apa yang dapat dijadikan usulan perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa di Bober Café Bandung ?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini bersumber dari rumusan masalah yaitu:

1. Mengetahui atribut – atribut yang dijadikan penilaian pelanggan terhadap pelayanan jasa di Bober Café Bandung.
2. Mengetahui bobot *costumer importance* (tingkat kepentingan konsumen) terhadap atribut pelayanan jasa di Bober Café Bandung.

3. Mengetahui pelayanan yang diinginkan pelanggan yang dapat dijadikan usulan perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa di Bober *Café* Bandung.

1.5. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Sebagai penerapan teori dari perkuliahan pada manajemen operasi, mengenai *Quality Function Deployment* (QFD) dalam upaya peningkatan kualitas.

2. Bagi Perusahaan

Khususnya untuk Bober *Café* dapat dijadikan masukan untuk meningkatkan kualitas dari pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

3. Bagi Industri atau Pihak Terkait Lainnya

Dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya maupun bahan perbandingan dalam melakukan penelitian lebih lanjut terkait dengan strategi peningkatan kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada konsumen.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan, maka penulis menyusun sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai teori-teori yang mendukung penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai jenis penelitian, operasional variabel, tahapan penelitian, populasi, dan sampel, jenis dan sumber data, rancangan penelitian, dan analisis.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai deskripsi dari hasil penelitian, dan pembahasan terhadap pengujian teori dari penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dari penelitian ini dan saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya, perusahaan dan instansi terkait, khususnya para pengusaha *café* dan *restaurant* di Kota Bandung.