BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan pada era globalisasi saat ini semakin ketat dan sangat dirasakan oleh para pengusaha di seluruh dunia. Hal ini tentunya juga terjadi di Indonesia yang notabene adalah negara berkembang. Kejadian ini menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku bisnis pada perusahannya di masa ini dan di masa yang akan datang. Beberapa langkah strategis akan dilakukan oleh para pelaku bisnis agar perusahaan dapat bertahan dan menguasai pasar sasaran mereka. Strategi-strategi tersebut dilakukan dengan tujuan untuk menarik para pelanggan untuk membeli produk atau menggunakan jasa yang disediakan oleh perusahaan. Pelanggan yang telah loyal pada suatu produk jasa juga dapat diartikan pelanggan tersebut merasa terpuaskan kebutuhannya sehingga melakukan pembelian ulang. Sebagai suatu perusahaan yang ingin maju, meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk untuk memuaskan pelanggan merupakan salah satu hal yang menjadi tujuan bagi setiap perusahaan terlebih dalam industri jasa.

Salah satu industri jasa tersebut adalah restoran. Restoran pada saat ini sudah sangat pesat perkembangannya dikarenakan munculnya para pebisnis baru untuk memenangkan hati para masyarakat. Selain itu masyarakat pada saat ini cenderung untuk makan ataupun minum di restoran karena merupakan bagian dari aktivitas sosial dimana separuh dari mereka yang datang ke restoran bersama dengan keluarga, rekan bisnis maupun teman. Hal ini menuntut Restoran tidak

hanya menjual produk (makanan) saja akan tetapi mereka juga menjual jasa layanan kepada para pelanggannya. Para pelanggan datang ke restoran tidak hanya untuk menyantap makanan yang ada tetapi juga untuk mendapatkan layanan yang diberikan oleh restoran tersebut. Maka dari itu, perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan yang memuaskan. Untuk dapat memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan perusahaan dituntut untuk memiliki pelayanan yang prima atau biasa disebut juga *Service Excellent*. Menurut Barata (2003:30) *Service Excellent* adalah suatu kegiatan/urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain/mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. *Service Excellent* ini sangat penting bagi perusahaan dikarenakan adanya beberapa alasan, yaitu: kepuasan prima memiliki pangsa ekonomi, tempat berkumpulnya uang dan pekerjaan, persaingan yang semakin maju, dan pemahaman yang semakin baik terhadap pelanggan. Dengan begitu perusahaan diharapkan dapat keluar sebagai pemenang dalam memenangkan pasar terutama dalam industri jasa ini.

Terdapat pula konsep-konsep dari *Service Excellent* yang harus diterapkan selaras dengan pelayanan yang dikembangkan, yaitu: Sikap (*Attitude)*, Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*) Kemampuan (*Ability*), Penampilan (*Appearance*), dan Tanggung Jawab (*Accountability*). Berdasarkan penjelasan dan konsep tersebut maka dibutuhkan penelitian kepuasan pelanggan yang dapat disediakan oleh perusahaan dan penelitian mengenai apakah perusahaan sudah memberikan pelayanan yang prima dan konsumen/pelanggan puas.

OZT Cafe & Steak House merupakan salah satu *cafe* yang berada di Kota Bandung yang berada di Jalan Taman Kopo Indah I Blok Q no.6-8, Kopo,

Bandung. OZT Cafe & Steak House ini sudah beroperasi sejak tahun 1998. Dari *survey* awal yang dilakukan telah ditemukan beberapa hal yang dikeluhkan oleh konsumen yang terjadi di dalam restoran seperti tempat parkir yang kurang luas, kurangnya penerangan di dalam tempat makan, kebersihan tempat untuk yang terkadang kurang terjaga, dan karakter daging yang kadang tidak sesuai. Hal ini menyebabkan ketidaksesuaian antara keinginan konsumen dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Dengan demikian masalah-masalah tersebut diharapkan dapat diatasi dengan analisis *Quality Function Deployment* dengan menggunakan alat bantu matriks *House of Quality* sehingga perusahaan dapat meningkatkan pelayanannya dan kepuasan konsumen menjadi meningkat.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **"Analisis *Quality Function Deployment* Dengan Menggunakan *House of Quality* Untuk Meningkatkan Kualitas Jasa Pada OZT Cafe & Steak House Bandung"**

1.2 Identifikasi Masalah

Banyaknya keluhan yang diterima oleh OZT Cafe & Steak House ini menjadi pusat perhatian bagi manajemen restoran sendiri. Hal ini menggambarkan bahwa adanya tidak kesesuaian antara ekspektasi konsumen dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak restoran. Dengan komentar-komentar negatif yang diterima dari para konsumen dapat menyebabkan munculnya citra buruk bagi OZT Cafe & Steak House.

Tabel 1.1
Data Keluhan yang Diterima OZT Cafe & Steak House

Jenis Keluhan	Oktober 2017	November 2017
Tempat parkir yang kurang luas	7	5
Pelayanan yang diberikan terkadang lama	5	2
Penerangan yang sedikit kurang	3	2
Karakter daging yang terkadang tidak sesuai dengan keinginan konsumen	5	1
TOTAL	21 Keluhan	10 Keluhan

Sumber: Data OZT Cafe & Steak House

Data keluhan di atas menggambarkan jumlah keluhan yang diterima oleh pihak OZT Cafe & Steak House yang didapatkan berdasarkan data yang diterima dari bulan Oktober 2017 – November 2017.

Maka dapat dirumuskan beberapa pokok permasalahan dari penilitian yang akan dilakukan, yaitu:

1. Bagaimana kesesuaian antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh OZT Cafe & Steak House dengan keinginan konsumen?
2. Faktor–faktor apa yang paling dibutuhkan oleh konsumen OZT Cafe & Steak House?
3. Faktor–faktor teknis apa yang harus dilakukan oleh OZT Cafe & Steak House?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penilitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kesesuaian antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh OZT Cafe & Steak House dengan keinginan konsumen.
2. Untuk mengetahui faktor–faktor apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen OZT Cafe & Steak House.

3. Untuk mengetahui faktor–faktor teknis yang harus dilakukan oleh OZT Cafe & Steak House.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak–pihak yang berkepentingan, diantaranya:

1. Bagi Perusahaan

   Dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan bagi OZT Cafe &Steak House dalam mengambil kebijakan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang ada.

2. Bagi Penulis

   Dapat menambah pengetahuan mengenai kualitas pelayanan dan sebagai sarana untuk mempraktekkan teori yang telah didapatkan.

3. Bagi Pembaca

   Dapat sebagai sumber informasi dan masukan yang dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memahami lebih jelas penelitian ini, maka materi-materi yang tertera pada skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang informasi yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan yaitu latar belakang penelitian yang dilakukan dengan kualitas

pelayanan pada OZT Cafe & Steak House, identifikasi masalah tentang kualitas pelayanan yang terjadi, tujuan pelitian yang ingin dicapai, manfaat penelitian yang ditujukan bagi perusahaan, penulis dan pembaca serta sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori dasar terutama mengenai kualitas layanan yang digunakan dalam penelitian yang dikutip dari beberapa buku yang berkaitan dan kerangka pemikiran.

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang gambaran umum mengenai OZT Cafe & Steak House, struktur organisasi serta tugas dari masing–masing bagian, proses operasional yang diterapkan oleh OZT Cafe & Steak House, jenis penelitian yang dilakukan, jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian serta teknik yang digunakan untuk melakukan pengumpulan data dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan tentang analisis dari data yang telah diperoleh, pengolahan data menggunakan metode–metode yang dipakai hingga diperolehnya hasil penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang diberikan penulis kepada pihak perusahaan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan.