

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Di era modern sekarang ini, dimana globalisasi terjadi begitu cepat bersamaan dengan berkembangnya taraf perekonomian manusia, menimbulkan inisiatif yang kuat pada manusia untuk berbisnis dalam segala bidang. Inisiatif ini memunculkan berbagai jenis perusahaan di berbagai industri sehingga persaingan dalam dunia usaha semakin ketat. Dapat dilihat dari tahun ke tahun banyaknya perusahaan baru yang mulai bermunculan, baik perusahaan manufaktur maupun jasa. Salah satu industri yang sedang mengalami pertumbuhan yang sangat pesat yaitu industri makanan dan minuman. Dalam sebuah artikel “TEMPO.CO”, Menteri Perindustrian Airlangga Hartatnto mengatakan kementriannya mencatat, pada triwulan II 2018, pertumbuhan industri makanan dan minuman mencapai 8,67% atau melampaui pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 5,27%. Sektor industri makanan dan minum mampu memberikan kontribusi tertinggi terhadap PDB industri pengolahan nonmigas hingga 35,87%.

Pertumbuhan dalam industri tersebut terlihat dengan semakin banyaknya tempat makan di berbagai daerah di Indonesia, termasuk Kota Bandung. Adanya perubahan gaya hidup dan cara pandang masyarakat akan sebuah tempat makan mempengaruhi tingkat kunjungan masyarakat dalam bisnis tersebut, termasuk *café*. Menurut Kamus Besar Bahasa

Indonesia (KBBI), *café* adalah tempat minum kopi yang pengunjunnya dihibur dengan musik; tempat minum yang pengunjunnya dapat memesan minuman, seperti kopi, teh, bir, dan kue-kue; kedai kopi. *Café* terkategori sebagai sebuah perusahaan *hybrid*, karena yang ditawarkan kepada konsumen tidak hanya produk saja namun beserta jasanya yang sering disebut produk (barang dan jasa). Dapat dilihat dari data terbaru Badan Pusat Statistika Kota Bandung 8 Maret 2018 menyatakan pada tahun 2016 terdapat 14 *café* dan 781 tempat makan lainnya, yang artinya 14 *café* tersebut akan saling bersaing dan bersaing secara ketat juga dengan 781 tempat makan lainnya.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Restoran/ Rumah Makan Di Kota**  
**Bandung, 2016**

Kategori	Jumlah
Restoran	396
Rumah Makan	372
Café	14
Bar	13

Sumber: Kota Bandung Dalam Angka 2016

Kepuasan konsumen sangatlah penting untuk memastikan konsumen datang kembali dan membawa rekan kerjanya, keluarga, dan teman. Dalam memastikan kepuasan konsumen tercapai, maka perusahaan perlu memperhatikan produk yang ditawarkan berdasarkan daya jual dan memiliki *competitive advantage* yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lain. Perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang mampu mencapai tingkat kualitas secara konsisten.

Titik Teduh adalah salah satu *café* di Kota Bandung terletak di Jalan Sukamekar III Nomor 2, berdiri sejak bulan Mei 2018. *Café* ini memiliki lokasi yang strategis karena berdekatan dengan salah satu universitas swasta di Kota Bandung, bersaing ketat dengan *café* dan tempat makan lain untuk menarik konsumennya. Sebagai sebuah *café*, Titik Teduh memiliki banyak pesaing. Persaingan sangat jelas terlihat terutama dapat dilihat dari jumlah *café* di Bandung yang banyak. Pesaing yang berdekatan dari segi lokasi juga adalah merupakan salah satu faktor yang harus diperhitungkan oleh manajemen Titik Teduh. Dibawah ini merupakan *café* dan restoran pesaing Titik Teduh yang merupakan pesaing terdekat atau satu daerah dengan Titik Teduh.

**Tabel 1.2**

**Pesaing Terdekat *Café* Titik Teduh**

NO	Nama Rumah Makan/ <i>Café</i>
1	Bakso Malang Asli Maranatha
2	Kedai Kopi Kulo, Surya Sumantri
3	Diskus <i>Café &amp; Bites</i>
4	<i>Old Bike Coffee &amp; Eatery</i>
5	Hayang Tea

Sumber : ulasan google

Persaingan dapat perusahaan lewati dengan cara memenangkan sebuah persaingan. Cara untuk memenangkan persaingan adalah membuat sesuatu yang berbeda. Perbedaan diperlukan karena dari setiap bisnis pasti didapati produk yang serupa dengan harga yang berkisar beda tipis bahkan sama.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pemilik *café* Titik Teduh, terdapat jumlah konsumen yang berfluktuasi dan terdapat beberapa bulan mengalami penurunan. Berdasarkan hal tersebut penulis sudah mengetahui bahwa terdapat masalah dalam manajemen kualitas produk di *café* Titik Teduh sehingga menyebabkan kinerja perusahaan saat ini belum mampu memuaskan konsumennya. Hal ini menunjukkan adanya permasalahan keputusan pembelian pada *café* Titik Teduh. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada *café* ini dengan judul **“Penerapan *House of Quality* Untuk Meningkatkan Kualitas Produk Pada *Café* Titik Teduh Bandung.”**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, permasalahan yang akan dibahas oleh penulis yaitu:

1. Apa saja karakteristik produk yang dianggap penting oleh konsumen ketika berkunjung ke suatu *café*?
2. Bagaimana perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja *café* Titik Teduh?
3. Bagaimana karakteristik teknik yang sebaiknya dimiliki *café* Titik Teduh agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen?
4. Bagaimana hubungan antara karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumen dengan karakteristik teknik yang dimiliki *café* Titik Teduh?
5. Bagaimana hubungan antar karakteristik teknik yang dimiliki *café* Titik Teduh?

6. Prioritas tindakan apa yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk *café* Titik Teduh?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis :

1. Mengetahui karakteristik produk apa saja yang dianggap penting oleh konsumen ketika berkunjung ke suatu *café*.
2. Mengetahui bagaimana perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja *café* Titik Teduh.
3. Mengetahui dan menetapkan karakteristik teknik yang sebaiknya dimiliki *café* Titik Teduh berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumennya.
4. Mengetahui hubungan antara karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumen dengan karakteristik teknik yang dimiliki *café* Titik Teduh.
5. Mengetahui hubungan antar karakteristik teknik yang dimiliki *café* Titik Teduh.
6. Mengetahui prioritas tindakan yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk *café* Titik Teduh.

#### 1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini dengan menggunakan metode pengendalian persediaan diharapkan dapat memberikan manfaat kepada seluruh pihak sebagai berikut :

1. Manfaat Praktisi

Diharapkan penelitian ini dapat membantu pemilik usaha untuk mengetahui informasi-informasi kebutuhan konsumennya sehingga perusahaan dapat melakukan kinerja terbaiknya. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan masukan kepada perusahaan di masa yang akan datang untuk meningkatkan kualitas produk secara efektif dan efisien.

2. Manfaat Lembaga

Diharapkan penelitian ini dapat memberi masukan dan memberikan pengembangan ilmu pengetahuan serta informasi yang bermanfaat tentang memberi kepuasan pada konsumen dengan meningkatkan kualitas produk pada sebuah *café*.

3. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan untuk menyelesaikan tugas akhir dan menambah ilmu serta wawasan mengenai meningkatkan kepuasan konsumen melalui metode *Quality Function Deployment* (QFD) dengan alat bantu *House of Quality* (HOQ).