

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi ini, untuk menghadapi sistem perdagangan bebas atau *free trade*, pemerintah memberikan paket kebijakan pengembangan kewirausahaan kepada para calon/pemilik usaha untuk memperkuat perekonomian Indonesia. Seperti berita yang dikutip dari antaranews.com, pemerintah mengumumkan melalui Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah dalam acara Gerakan Kewirausahaan Nasional 2015 di Jakarta menyampaikan beberapa kebijakan. Kebijakan-kebijakan tersebut yaitu: program pelatihan kewirausahaan dan bantuan modal usaha bagi wirausaha pemula yang nilainya maksimal Rp. 25 juta, bantuan atau kredit dana bergulir dari Lembaga Pengelola dana bergulir, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan dan Program Pembiayaan melalui Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Sosial Responsibility/CSR*), Pengembangan produk unggulan daerah melalui pendekatan satu desa satu produk (*One Village One Product/OVOP*), Pengembangan koperasi pengelola energi baru, Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT), program peningkatan akses pasar. Kebijakan-kebijakan tersebut akan dapat membantu dan memudahkan para wirausahawan dalam membangun atau mengembangkan wirausahanya.

Menurut data kemitraan yang tercatat di Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT)-Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (KUMKM) Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang ditampilkan pada tabel 1.1, terdapat peningkatan jumlah UMKM yang ada di DIY dari tahun 2015-2017. Peneliti menggunakan data dari PLUT-KUMKM DIY karena data tersebut data yang paling *update* jika dibandingkan dengan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) DIY yang hanya mencatat sampai tahun 2014. Data yang tersedia di PLUT-KUMKM DIY bukan data yang mencakup seluruh UMKM yang ada di DIY, melainkan UMKM yang mendaftar dan menjadi mitra. PLUT-KUMKM DIY memberikan 3 jenis layanan yaitu : konsultasi, konsultasi dan pelatihan, pelatihan dan pendampingan.

Tabel 1.1
Mitra PLUT- KUMKM DIY

UMKM mitra	Jumlah
Tahun 2014	458
Tahun 2015	310
Tahun 2016	605
Tahun 2017	995
Tahun 2018	30
Maret 2014-Januari 2018	2398

Sumber : Data PLUT KUMKM DIY 2018

Berdasarkan data terakhir pada Januari 2018, jumlah Mitra UMKM sebanyak 2398 dapat dibagi menjadi beberapa kategori atau jenis usaha yang ditampilkan pada tabel 1.2. Pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa UMKM DIY didominasi dalam bidang pangan dengan persentase sebesar 38,5%.

Sedangkan untuk kategori menurut UU no.20 tahun 2008 tentang UMKM, data mitra yang tercatat dari periode Maret 2014-Januari 2018 ada sebanyak 2239 untuk kelas mikro, 155 untuk kelas kecil, dan 4 untuk kelas menengah.

Tabel 1.2
Kategori/Jenis Usaha UMKM

Kategori/Jenis Usaha	Jumlah	Persentase
Fashion	227	10.94%
Jasa & Perdagangan	237	25.25%
Kerajinan	583	22.02%
Makanan/Kuliner & Minuman	977	38.85%
Perikanan	19	0.84%
Pertanian	28	0.98%
Peternakan	22	1.12%

Sumber : Data PLUT KUMKM DIY 2018

Berdasarkan data tersebut, dapat dipastikan bahwa persaingan usaha pangan di DIY yang sangat ketat, sehingga setiap pemilik UMKM khususnya di bidang pangan harus selalu berusaha meningkatkan kualitas barang maupun pelayanannya. Yogyakarta merupakan salah satu kota besar di Indonesia dan dijuluki sebagai Kota Pelajar. Dianggap sebagai pusat pendidikan, ada beberapa Universitas atau lembaga pendidikan di DIY yang menjadi favorit bagi para pelajar Indonesia, terutama di Kota Yogyakarta. Seperti pada umumnya kota besar, pastinya kota yang besar diikuti dengan banyaknya lapangan pekerjaan demi meningkatkan perekonomian kota. Hal itu akan menarik para pendatang yang ingin bekerja atau berwirausaha. Tidak hanya

lapangan pekerjaan atau lembaga pendidikannya saja, DIY juga dianggap sebagai pusat kebudayaan dan memiliki banyak objek pariwisata yang terkenal. Hal tersebut memberikan DIY memiliki potensi yang cukup menjanjikan untuk dijadikan tempat berwirausaha khususnya dalam bidang pangan terutama di sekitar kawasan kota Yogyakarta.

Makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok bagi manusia. Karena makanan sangatlah penting bagi kelangsungan hidup manusia. Setiap konsumen memiliki kriteria masing-masing dalam memilih makanan, maka dari itu sangatlah penting bagi perusahaan untuk dapat memenuhi kriteria konsumen demi kelangsungan hidup perusahaan (*sustainability*) tetap terjaga. Mengingat adanya peningkatan usaha lain yang serupa sesuai yang tercatat di Dinas PLUT-KUMKM DIY. Oleh karena itu, maka perusahaan harus selalu berusaha untuk memenuhi apa yang diinginkan konsumen sehingga tercapai kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).

Pada dewasa ini juga perusahaan dituntut untuk dapat memberikan penawaran atau sesuatu barang/jasa yang sesuai dengan keinginan pelanggan agar tercapai keunggulan kompetitif dan dapat bersaing dengan perusahaan lain. Dalam hal ini, peningkatan kualitas layanan maupun produk sangatlah penting. Salah satu metode yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk dapat mendefinisikan keinginan pelanggan adalah *Quality Function Deployment* (QFD).

Menurut Heizer, Render & Munson (2016) QFD adalah proses menetapkan permintaan pelanggan dan menterjemahkan keinginan pelanggan

tersebut ke dalam atribut yang dapat dipahami dan dilaksanakan oleh setiap bagian fungsional. Pitaloka *Snack, Taart & Bakery* adalah salah satu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta yang bergerak di bidang pengolahan pangan. Saat ini Pitaloka *Snack, Taart & Bakery* memiliki kurang lebih sekitar 168 jenis produk yang bisa diproduksi. Ada berbagai jenis, ukuran, bentuk, dan susunan dari *bakery, taart* maupun *snack* yang ada di Pitaloka *Snack, Taart & Bakery*.

Inspirasi tempat penelitian ini berawal dari pengalaman peneliti yang pernah melaksanakan program magang di Pitaloka *Snack, Taart & Bakery* kurang lebih selama 2 bulan. Selama melaksanakan program magang, peneliti sering menjumpai beberapa produk yang terdapat di rak penjualan mendekati batas waktu *expired*. Produk yang tidak habis terjual seperti *snack* yang memiliki waktu *expired* singkat, maupun *bakery/cake* yang bisa bertahan beberapa hari. Jika produk masih ada sampai sehari sebelum batas waktu *expired*, produk harus diambil dari rak penjualan. Proses penyortiran atau pengecekan produk dilakukan pada saat malam hari ketika toko hendak tutup. Selain itu juga peneliti sering memperhatikan ada beberapa konsumen yang masuk, berkeliling dan keluar tanpa membeli satupun produk.

Dari hasil observasi dan wawancara langsung dengan pemilik dan manajer Pitaloka *Snack, Taart & Bakery*, didapatkan beberapa permasalahan yaitu jumlah penjualan yang naik turun dan dirasa masih kalah bersaing dengan toko lain. Dalam rangka meningkatkan penjualan dan daya saing dengan toko lain, Pitaloka *Snack, Taart & Bakery* ingin mengetahui apa yang diharapkan

oleh pelanggan dan bagaimana penilaian pelanggan terhadap kualitas produk dan pelayanan yang disediakan oleh Pitaloka *Snack, Taart & Bakery*. Dengan mengetahui apa yang diinginkan oleh pelanggan dan bagaimana penilaian pelanggan terhadap produk dan kualitas layanan diharapkan Pitaloka *Snack, Taart & Bakery* dapat memilih tindakan yang tepat untuk memenuhinya.

Menurut Costa (2000), begitu metode QFD diterapkan, untuk mengelola atau meningkatkan aktivitas pelayanan, dapat diputuskan apa langkah selanjutnya. Keputusan harus dibuat sesuai hasil dari analisis, apakah dengan tujuan proyek (peningkatan kualitas, pengembangan produk baru, peningkatan kepuasan pelanggan, dan lain-lain), rentang waktu atau jadwal.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Pitaloka *Snack, Taart, & Bakery* dengan judul “Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Konsumen dengan Metode *Quality Function Deployment* (QFD)”. Penelitian ini merupakan penelitian replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Effendi, U. (2015) dengan judul “Analisis Perencanaan Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Konsumen dengan Metode *Quality Function Deployment* (QFD)”.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan gambaran latar belakang tersebut, maka dapat ditarik sebuah rumusan masalah yang akan dibahas yaitu:

1. Atribut apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dan termasuk kedalam persyaratan konsumen dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada Pitaloka *Snack, Taart, & Bakery*?
2. Bagaimana respon teknis yang harus dilakukan oleh pihak Pitaloka *Snack, Taart, & Bakery* dalam meningkatkan kualitas pelayanannya?
3. Atribut kebutuhan teknis apa sajakah yang dianggap paling penting dan memerlukan perhatian lebih dari pihak Pitaloka *Snack, Taart, & Bakery*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengidentifikasi atribut apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dan termasuk kedalam persyaratan konsumen dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada Pitaloka *Snack, Taart, & Bakery*.
2. Untuk mengidentifikasi respon teknis yang harus dilakukan oleh pihak Pitaloka *Snack, Taart, & Bakery* dalam meningkatkan kualitas pelayanannya.
3. Untuk mengidentifikasi atribut kebutuhan teknis apa saja yang dianggap paling penting dan memerlukan perhatian lebih dari pihak Pitaloka *Snack, Taart, & Bakery*.

D. Manfaat penelitian

Manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu:

1. Manfaat Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, serta sekurang-kurangnya dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia pendidikan khususnya Manajemen Operasi, sebagai solusi pemecahan masalah yang berhubungan dengan topik *Quality Function Deployment (QFD)*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan dan masukan untuk meningkatkan kualitas dalam memenuhi harapan pelanggan.

b. Bagi peneliti

Peneliti dapat mengimplementasikan konsep dan teori QFD secara riil.

c. Bagi pihak lain

Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk menambah pengetahuan dan sekaligus sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang serupa, serta juga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk pihak yang ingin meningkatkan kepuasan atau loyalitas pelanggan.