

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu komoditas yang ada di dunia yang dibudidayakan di berbagai negara. Ada dua varietas kopi yang dikenal secara umum yaitu kopi robusta dan kopi arabika. Kopi robusta cepat berkembang di Indonesia dan menjadi kopi yang ditanam di Indonesia. Lahan perkebunan kopi di Indonesia yakni mulai dari lahan perkebunan rakyat dan sisanya milik perkebunan swasta serta pemerintah. Oleh karena itu, produksi kopi Indonesia sangat tergantung pada perkebunan rakyat. Sebagian besar hasil produksi kopi di Indonesia diekspor ke luar negeri, dari keseluruhan total produksi kopi diekspor sedangkan sisanya untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri.

Kabupaten Jember merupakan salah satu penghasil kopi yang memiliki hasil produksi yang meningkat tiap tahunnya. Menurut BPS Jawa Timur, Kabupaten Jember pada tahun 2017 menghasilkan kopi sebanyak 11.863 ton menunjukkan besarnya potensi usaha komoditi kopi yang dapat berkembang. Sejalan dengan berkembangnya usaha kedai kopi di Kabupaten Jember, maka kebutuhan biji kopi sangrai (*roasting*) menjadi salah satu kebutuhan bahan baku utama di kedai kopi. *Roasting* kopi adalah proses penyangraian biji yang masih mentah (*green bean*) hingga mencapai tingkat kematangan tertentu pada suhu dan waktu yang telah ditentukan. Dengan demikian usaha produksi *roasting* kopi memiliki prospek usaha yang cukup menjanjikan.

Macro Coffee Roastery merupakan salah satu usaha penyangrai kopi di Kabupaten Jember yang menghasilkan produk biji kopi sangrai (*roasting*). Macro Coffee Roastery didirikan pada tahun 2015 sampai sekarang ini terus fokus dalam memenuhi kebutuhan konsumen akan biji kopi *roasting* yang mana prosesnya mampu mengolah sampai dengan 300 kg biji kopi mentah menjadi biji kopi sangrai setiap bulannya.

Jenis biji kopi sangrai yang banyak diminati pada Macro Coffee Roastery oleh konsumen adalah jenis kopi robusta, dikarenakan harga relatif lebih murah dari jenis kopi arabika dan juga mudah didapatkan. Dengan munculnya jenis usaha kopi *roasting* ini, kebutuhan masyarakat akan *stock* bahan baku kopi sangrai di kedai – kedai kopi sangat dibutuhkan. Konsumen dari Macro Coffee Roastery pun seiring berjalannya waktu mulai beralih pada *supplier* lain, banyak diantaranya ingin mencoba produk sejenis dari kompetitor. Sehingga konsumen pun mencoba memilah-memilah produsen kopi sangrai yang kualitasnya sesuai dengan apa yang dibutuhkan konsumen di masing-masing kedai kopi. Hal ini pun menjadi tanggung jawab produsen untuk mencoba memperbaiki kualitas produk biji kopi sangrainya disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Metode yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas biji kopi robusta sangrai yaitu dengan mengkaji persyaratan teknis perusahaan yang perlu diperbaiki dan juga harapan konsumen terhadap produk dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD). Metode QFD merupakan sebuah metode yang membantu perusahaan untuk mengetahui perbaikan persyaratan teknis perusahaan yang perlu dilakukan dan meningkatkan kualitas produk berdasarkan pada keinginan konsumen (*voice of customer*). Dalam metode QFD dibantu melalui penyusunan rumah kualitas atau disebut dengan *House of Quality* (HOQ), yang pada dasarnya merupakan matrik perencanaan produk, dimana HOQ merupakan matrik yang dapat menterjemahkan keinginan konsumen dalam karakteristik desain.

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini perlu dilakukan pada Macro Coffee Roastery menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) untuk menciptakan kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan merealisasikan kebutuhan serta keinginan konsumen akan produk biji kopi robusta sangrai.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apa saja atribut kualitas dari produk biji kopi menurut konsumen ?

2. Bagaimanakah evaluasi tingkat kepentingan konsumen terhadap produk biji kopi robusta sangrai?
3. Bagaimanakah evaluasi tingkat kepuasan konsumen pada atribut kualitas produk biji kopi robusta sangrai Macro Coffee Roastery dibandingkan dengan produk kompetitor ?
4. Bagaimana kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui atribut kualitas produk biji kopi menurut konsumen.
2. Untuk mengevaluasi tingkat kepentingan konsumen terhadap produk biji kopi robusta sangrai.
3. Untuk mengevaluasi tingkat kepuasan konsumen produk biji kopi robusta sangrai Macro Coffe Roastery dengan produk biji kopi robusta sangrai kompetitor.
4. Untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian maka hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Bagi mahasiswa

Dapat dijadikan sebagai bahan acuan dalam penelitian selanjutnya, khususnya bagi mahasiswa yang berminat tentang metode *Quality Function Deployment* (QFD).

2. Bagi Perusahaan

Sebagai dasar pertimbangan bagi pihak manajemen untuk melakukan perbaikan kualitas produk yang sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen.