

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama pada dunia usaha saat ini. Di samping itu, banyaknya usaha bermunculan baik perusahaan kecil maupun besar berdampak pada persaingan yang ketat antar perusahaan, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis. Hal ini menyebabkan perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep pemasaran, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing (Kotler, 2005). Salah satu yang dianggap cukup ramai dalam persaingan yang semakin ketat ini adalah bisnis di bidang makanan.

Banyak perusahaan yang mengembangkan bisnis makanan dan minuman di area Jember. Bisnis tersebut saling berlomba dalam merebut perhatian konsumen bahwa produk yang mereka tawarkan adalah yang terbaik. Salah satu diantaranya adalah Ayam Gephok Pak Giek. Ayam Gephok Pak Giek merupakan sebuah rumah makan di Jln. Mastrip Jember yang hanya menyediakan satu jenis menu makanan yaitu ayam gepuk lunak berbumbu laos, dengan harga yang terjangkau. Ayam Gephok Pak Giek dibuka mulai pukul 10.00 WIB sampai pukul 16.00 WIB. Meskipun banyak pesaing dan produk sejenis seperti Ayam Gepuk Patrang namun sejak awal berdiri Ayam Gephok Pak Giek masih menjadi yang paling diminati konsumen. Hal itu disebabkan karena Ayam Gephok Pak Giek merupakan perintis dalam masakan ayam lunak bumbu laos dengan cita rasa yang khas di Jember. Selain itu, Ayam Gephok Pak Giek Jember tidak membuka cabang di daerah lain. Ayam Gephok Pak Giek juga selalu ramai dikunjungi konsumen. Rumah makan Ayam Gephok Pak Giek Jember mempunyai peluang

dan tantangan seperti rumah makan pada umumnya. Setiap harinya Ayam Gepok Pak Giek memproduksi kurang lebih 2.000 porsi ayam dan rata-rata persediaan tersebut habis dalam waktu kurang lebih 5 jam. Pelanggan akan membandingkan kualitas produk dari rasa, aroma, warna, harga dan kemasan pada rumah makan Ayam Gepok Pak Giek Jember dengan yang diberikan rumah makan lain.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penentu kepuasan pelanggan. Dengan kualitas produk yang baik maka kebutuhan dan keinginan akan kepuasan pelanggan terhadap suatu produk terpenuhi. Menurut (Handoko, 2002) “Kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaian dengan standar ukur yang telah ditetapkan”. Kepuasan pelanggan merupakan tujuan yang diharapkan perusahaan, karena dengan meningkatkan kepuasan pelanggan dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian kembali. Mengenali kekecewaan atau keluhan konsumen secara dini adalah suatu sikap bijaksana yang harus dilakukan perusahaan. Dengan demikian, perusahaan segera dapat mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan yang dapat menjatuhkan bisnis yang tengah dijalankan perusahaan.

Salah satu upaya yang dilakukan untuk mempertahankan produk dan meningkatkan daya saing produk yaitu dengan adanya peningkatan kualitas produk dengan cara memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen akan produk ayam gepok. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen maka perlu diadakannya suatu metode *Quality Function Deployment* (QFD). Menurut (Yustian, 2015) QFD adalah metode perencanaan dan pengembangan produk atau jasa secara terstruktur yang memungkinkan tim pengembang mendefinisikan secara jelas kebutuhan dan harapan dan mengevaluasi kemampuan produk atau jasa secara sistematis untuk memenuhi kebutuhan dan harapan tersebut. Menurut (Putri et al., 2015) alat yang digunakan dalam QFD adalah rumah kualitas (*house of quality*), yang merupakan teknik grafis untuk menjelaskan hubungan antara keinginan konsumen dan produk.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan sebelumnya, dapat dirumuskan masalah yang akan dibahas yaitu:

1. Apa saja atribut atau kriteria produk ayam gephok yang diinginkan pelanggan beserta urutan tingkat kepentingannya ?
2. Bagaimana perspektif penilaian pelanggan terhadap kualitas produk ayam gephok dibandingkan dengan produk kompetitor ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui atribut atau kriteria produk ayam gephok yang dikehendaki atau diinginkan pelanggan beserta urutan tingkat kepentingannya
2. Mengidentifikasi perspektif penilaian pelanggan terhadap kualitas produk ayam gephok dibandingkan dengan produk kompetitor.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini dibedakan menjadi 2, yaitu:

1. Bagi Penulis

Diharapkan melalui penelitian ini, penulis dapat lebih memahami teori yang diperoleh, sehingga dapat menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari, terutama untuk meningkatkan kualitas produk dan kepuasan pelanggan

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran perbaikan untuk meningkatkan kualitas produk sesuai dengan kriteria berdasarkan tingkat kepentingannya, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.