

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju, maka kebutuhan manusia semakin banyak yang harus dipenuhi. Dulu, di dalam memenuhi kebutuhannya, manusia selalu memprioritaskan pada kebutuhan-kebutuhan pokok saja. Namun seiring berjalannya waktu, dalam memenuhi kebutuhannya manusia tidak hanya dihadapkan kepada satu pilihan saja, salah satunya adalah kebutuhan akan hiburan. Dalam era serba modern ini dengan berbagai aktivitas kerja yang sangat tinggi, maka diperlukan tempat bersantai yang mampu menghilangkan kepenatan dan kejenuhan dari berbagai aktivitas kerja. *Cafe* merupakan salah satu tempat yang tepat bagi orang-orang yang ingin bersantai sambil menikmati hidangan menu yang ditawarkan.

Perkembangan *cafe* di Indonesia saat ini semakin berkembang dengan pesat khususnya di kota-kota besar seperti Yogyakarta yang merupakan kota pelajar sekaligus kota wisata ini. Dalam perkembangannya, Yogyakarta memperkuat kemajuan kotanya dengan meningkatkan sektor-sektor bidang usaha. Maka, tidak heran apabila pada kota ini terdapat banyak sekali *cafe* dengan berbagai jenis dan *style*. Mayoritas penduduk Yogyakarta adalah pelajar dan mahasiswa yang tidak hanya merupakan penduduk asli tetapi juga dari luar daerah, sehingga saat ini *cafe* merupakan salah satu kebutuhan bagi para anak muda namun tidak menutup kemungkinan jika orang dewasa yang sudah bekerja dan berkeluarga pun masih menganggap bahwa *cafe* merupakan kebutuhan juga.

Pelanggan sebagai penikmat *cafe* pastinya akan memilih *cafe* yang dapat membuat rasa nyaman dan spesial serta yang paling penting adalah *cafe* yang bisa memberikan kepuasan kepada pelanggan. Saat ini penilaian publik terhadap sebuah *cafe* tidak hanya ditentukan oleh cita rasa yang ada pada makanan *cafe* itu sendiri, tetapi juga memperhatikan aspek kinerja manajemen dan pengelolaan *cafe* yang dianggap juga berperan penting dalam kelangsungan karir *cafe* tersebut. Hal ini dapat dilihat melalui kondisi persaingan yang sangat pesat saat ini memacu perusahaan atau manajemen *cafe* untuk dapat memperluas pasar. Harapan dari perluasan pasar ini adalah agar dapat meningkatkan penjualan sehingga perusahaan akan memiliki banyak pelanggan dan dapat memperoleh keuntungan yang meningkat. Perusahaan harus dapat memikirkan bagaimana

cara untuk meningkatkan keuntungan dan menambah pelanggan yang baru serta mempertahankan pelanggan yang lama. Perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk dan jasa yang berkualitas serta mampu menjalin hubungan baik dengan pelanggannya. Oleh dari itu, perusahaan perlu mengetahui tingkat kepuasan dari pelanggan untuk dapat melakukan perbaikan atas layanan yang diberikan.

Ciz' Keik merupakan salah satu *cafe* yang menjadi tempat *hang out* mulai dari pelajar hingga orang dewasa, karena target *cafe* ini sendiri adalah untuk semua kalangan. Ciz' Keik merupakan sebuah *cafe* yang mengusung konsep / gaya *American Vintage* yang manis dan *warm*, namun saat ini sudah banyak *cafe* sejenis seperti Ciz' Keik di Yogyakarta. Hal ini menuntut Ciz' Keik perlu memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan berupaya memberikan pelayanan yang terbaik agar dapat mengungguli *cafe* sejenis yang ada di Yogyakarta. Melalui studi lapangan yang telah dilakukan, masalah yang dihadapi Ciz' Keik saat ini adalah adanya keluhan dari pelanggan yaitu bahwa pelayanan yang diberikan Ciz' Keik belum memuaskan bagi pelanggan. Adapun keluhan yang disampaikan pelanggan antara lain adalah pramusaji belum memberikan sikap yang baik, fasilitas yang belum digunakan sepenuhnya, fasilitas yang belum memadai, penerangan *cafe* yang tidak baik, dan beberapa masukan pelanggan seperti pemasangan fasilitas AC, *live music*, variasi menu dan sebagainya.

Selain itu, pihak manajemen *cafe* menganggap bahwa yang menjadi masalah lain dari *cafe* adalah ketidakpastian jumlah pelanggan setiap harinya, kadang ramai dan kadang terlihat sepi sehingga Ciz' Keik perlu melakukan strategi yang dapat menarik perhatian pelanggan untuk menggunakan pelayanan Ciz'Keik. Dalam hal ini, Ciz' Keik perlu mengetahui apa yang menjadi kebutuhan pelanggan, selain itu perlu ditingkatkan strategi yang dapat dilakukan adalah promosi dengan menggunakan *flyer*, dan keaktifan melalui media sosial, kedua hal ini dapat dilakukan untuk menarik pelanggan baru, sedangkan untuk mempertahankan pelanggan lama dapat dilakukan strategi seperti menyediakan *member card* untuk pemberian diskon harga kepada pelanggan, dan berupa *voucher* yang dapat digunakan kembali oleh pelanggan sehingga hal ini dapat mengundang pelanggan untuk datang kembali ke Ciz' Keik. Hal ini sangat membantu Ciz' Keik dalam meningkatkan keuntungan dan mengikat pelanggan

agar tetap loyal dalam pelayanan. Pelayanan yang diberikan oleh pihak Ciz' Keik kepada pelanggan perlu diperhatikan apakah sudah sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan adalah perasaan seseorang senang atau kekecewaan yang merupakan hasil dari perbandingan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) sesuai harapan. Saat ini, *cafe Ciz' Keik* belum memberikan perasaan senang terhadap pelanggan karena masih adanya keluhan yang disampaikan oleh pelanggan. Hal ini berarti pelayanan Ciz' Keik dinilai belum memuaskan bagi para pelanggannya. Oleh karena itu, Ciz' Keik perlu mengukur kualitas pelayanannya untuk mengetahui atribut-atribut apa saja yang belum memuaskan bagi para pelanggannya dan keluhan apa saja yang belum sesuai dengan harapan pelanggan baik dari segi fasilitas, daya tangkap, empati dan sebagainya sehingga diharapkan adanya perbaikan yang dapat dilakukan. Dilihat dari proses bisnis yang terdapat pada Ciz' Keik, selalu ada interaksi antara pelanggan dan petugas khususnya dengan petugas pramusaji. Dimulai dari pelanggan tiba di *cafe* dan mendapatkan pelayanan dari pramusaji pada saat menawarkan menu, kemudian aktivitas selanjutnya yaitu interaksi pelanggan dengan petugas kasir. Dari seluruh aktivitas yang ada pada proses bisnis ini, yang memiliki peran paling banyak terhadap pelanggan adalah pramusaji. Maka pada pelayanan pramusaji perlu diperhatikan sebaik mungkin agar pelanggan merasa puas dan spesial atas perlakuan dan pelayanan yang diberikan.

Tugas akhir ini berfokus pada kualitas pelayanan pada *cafe Ciz' Keik* dengan menggunakan metode *SERVQUAL* dan *Quality Function Deployment (QFD)* karena selama ini Ciz' Keik belum pernah mengukur sejauh mana tingkat kepuasan dan harapan para pelanggannya. *Service Quality (SERVQUAL)* merupakan salah satu metode untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan (Parasuraman et. al. dalam Noufal et. al., 2010). *SERVQUAL* adalah model kualitas jasa paling populer saat ini dan banyak dijadikan acuan dalam riset manajemen dan pemasaran jasa (Tjiptono, 2005). Metode *SERVQUAL* memperhatikan harapan pelanggan mengenai layanan yang akan diterima (*expectation*) dan layanan yang telah diterima (*perception*). Metode ini bertujuan untuk mengetahui besarnya *GAP* yang terjadi terhadap 29 atribut pelayanan. Rekomendasi prioritas perbaikan terlebih dahulu yang dilakukan adalah menggunakan metode QFD. QFD merupakan praktik untuk merancang proses sebagai tanggapan atas kebutuhan pelanggan dan memungkinkan

organisasi memprioritaskan kebutuhan pelanggan (Wijaya, 2011). Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan sangat penting bagi perusahaan untuk memperoleh hasil yang baik. Hal ini akan menghasilkan keuntungan tersendiri bagi perusahaan karena apabila pelanggan merasa puas, perusahaan akan dipercaya oleh pelanggan dan pelanggan akan tetap menggunakan pelayanan perusahaan.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, yang dapat ditarik menjadi rumusan masalah dalam penelitian adalah atribut-atribut pelayanan apa saja yang belum memuaskan di Ciz' Keik dan bagaimana penerapan *SERVQUAL* dan *Quality Function Deployment* (QFD) dapat dilakukan untuk menjadi prioritas langkah perbaikan pada Ciz' Keik.

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Menentukan besarnya kesenjangan yang terjadi terhadap atribut kualitas pelayanan Ciz' Keik melalui metode *SERVQUAL*.
- b. Menentukan atribut layanan yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan kualitas layanannya oleh Ciz' Keik berdasarkan hasil *Importance Performance Analisis* dan perbaikan yang terlebih dahulu dilakukan melalui metode *Quality Function Deployment*.
- c. Memberikan usulan perbaikan agar pelayanan yang diberikan oleh Ciz' Keik dapat memenuhi kepuasan para pelanggan.

## **1.4. Batasan Masalah**

Batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian dan penyebaran kuesioner hanya dilakukan di Ciz' Keik.
- b. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah merasakan pelayanan Ciz' Keik.
- c. Mengukur harapan dan persepsi pelanggan hanya pada *GAP 5* yang ditentukan berdasarkan dimensi-dimensi kualitas pelayanan *Servqual*.
- d. Penilaian dilihat dari aspek akses penelitian cafe Ciz' Keik dalam memberikan pelayanan jasa yang baik untuk memenuhi kepuasan pelanggan.