

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Menurut Undang-undang RI No. 9 Tahun 1995, Usaha Kecil Menengah yang disingkat dengan UKM merupakan usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000. Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah usaha yang berdiri sendiri yang merupakan milik masyarakat Indonesia. Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) sendiri memiliki potensi yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi dan perluasan kesempatan kerja bagi masyarakat. Selain itu, pemberdayaan tersebut juga bertujuan untuk meningkatkan kemampuan Usaha Kecil yang dapat berkembang menjadi Usaha Menengah serta meningkatkan peranan Usaha Kecil dalam pembentukan produk nasional. Pada saat krisis ekonomi berlangsung di Indonesia, UKM merupakan sektor ekonomi yang memiliki ketahanan paling baik.

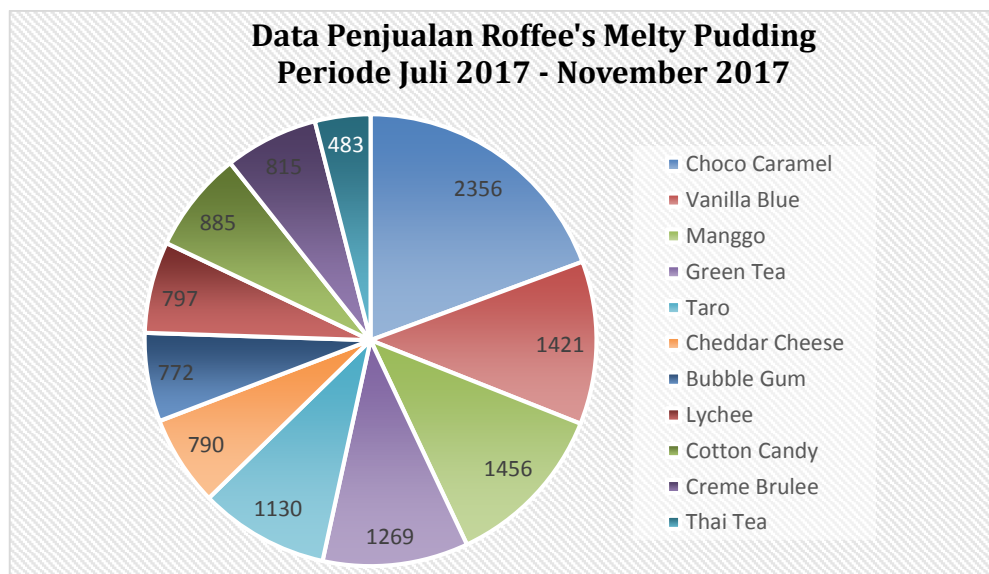
Pada tahun 2014, data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa Provinsi Jawa Barat berada di peringkat kedua dalam jumlah dan jenis UKM per desa/kelurahan dengan jumlah total 16.405. Industri makanan dan minum menempati posisi pertama dengan jumlah 4.023 UKM. Ini merupakan indikator bahwa industri makanan dan minuman memiliki potensi besar untuk dikembangkan dan menjadi penggerak perekonomian masyarakat yang sangat besar. Di Kabupaten Bandung sendiri, Diskoperindag mengklaim bahwa jumlah pelaku usaha kecil dan menengah mengalami pertumbuhan sebanyak 100 pelaku usaha. Menurutnya, sebanyak 60% dari 7.500 UKM di Kabupaten Bandung berupa makanan kecil.

Roffee's Melty Pudding merupakan satu diantara banyak UKM di Bandung yang memiliki potensi dalam menggerakkan kegiatan perekonomian masyarakat yang berlokasi di Jalan Cihampelas No. 160 Cihampelas Walk Mall, Bandung. Roffee's Melty Pudding didirikan oleh owner yang bernama Emil Zam Harira pada November 2013. Sebelum memulai bisnis puding ini, *owner* sudah memiliki sebuah bisnis kedai kopi yang bernama Radio Kopi. Kedai kopi ini beralamatkan di Jalan Tubagus Ismail, Bandung. Nama "Roffee's" sendiri diambil dari singkatan Radio

Kopi karena awal mula *owner* mencoba menjual puding ini, ia menjual di kedai kopi tersebut. Sebelum *owner* berpikir untuk menjual puding di kedai kopi tersebut, ia hanya menerima pesanan khusus untuk acara-acara tertentu dan puding yang diproduksi pada awalnya hanya satu varian rasa saja yaitu rasa lychee. Seiring banyaknya permintaan dan respon positif dari pelanggan, *owner* mencoba untuk menjual puding tersebut dengan nama Roffee's Melty Pudding.

Roffee's Melty Pudding menjual puding jenis baru yang disebut dengan soft pudding. Puding Roffee's memiliki keunikan dibanding puding lainnya yaitu ketika tekstur puding terasa benar-benar lembut dan meleleh di dalam mulut. Roffee's Melty Pudding menjual 11 varian rasa puding yang terdiri dari choco caramel, vanilla blue, manggo, green tea, taro, cheddar cheese, bubble gum, lychee, cotton candy, creme brulee, dan thai tea.

Menurut Emil (*Interview*, 17 November 2017) selaku *owner* Roffee's Melty Pudding mengatakan bahwa dari banyak varian rasa puding yang dijual oleh Roffee's, puding dengan rasa Thai Tea merupakan produk yang memiliki tingkat penjualan terendah. Tingkat penjualan yang rendah sering kali mengakibatkan kerugian terhadap perusahaan karena banyaknya produk puding thai tea yang terbuang sia-sia karena kurang laku dipasaran. Data penjualan Roffee's Melty Pudding dari bulan Juli sampai bulan November 2017 dapat dilihat pada Gambar I.1.



Gambar I.1 Data Penjualan Roffee's Melty Pudding Juli – November 2017
(Sumber: Roffee's Melty Pudding, 2017)

Pada Gambar I.1 dapat dilihat bahwa Puding Thai Tea memiliki angka penjualan sangat rendah dibandingkan produk puding yang lainnya. Jumlah produk Puding Thai Tea yang di jual pada bulan Juli – November 2017 adalah 483 puding. Hal ini dapat diartikan bahwa puding dengan rasa Thai Tea kurang diminati oleh pelanggan. Untuk mengetahui penyebab kurang diminatinya Puding Thai Tea ini, dilakukan survei pendahuluan. Survei pendahuluan dilakukan dengan menggunakan metode wawancara dengan pertanyaan terbuka. Menurut Sekaran (2011), pertanyaan terbuka ini dapat memberikan responden peluang yang cukup besar untuk memberikan informasi yang luas dan wawancara dapat dilakukan minimal kepada 10 responden (Illham Z.R., 2015). Target responden dalam penelitian ini merupakan customer yang sudah pernah mengkonsumsi Puding Thai Tea dari Roffee's Melty Pudding.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada 11 mahasiswa sebagai responden dengan rentang usia 20-25 tahun, didapat beberapa keluhan mengenai produk Puding Thai Tea ini. Keluhan-keluhan tersebut dapat dilihat pada Tabel I.1.

Tabel I.1 Jenis Keluhan Pelanggan

(Sumber: Survei Pendahuluan, 2017)

| No | Kriteria | Persentase | Keluhan |
|----|----------|------------|---|
| 1 | Rasa | 45% | Rasa khas Thai Tea dari pudingnya tidak terasa dan tingkat kemanisannya masih kurang. |
| 2 | Tekstur | 91% | Tekstur dari produk Puding Thai Tea terlalu encer atau cair. |
| 3 | Warna | 73% | Warna dari produk Puding Thai Tea kurang menarik sehingga tidak menggugah selera pelanggan saat ingin mengkonsumsinya |
| 4 | Promosi | 82% | Produk Puding Thai Tea dari Roffee's masih asing dimata pelanggan |

Berdasarkan Tabel I.1 diatas dapat diketahui keluhan yang dirasakan oleh pelanggan. Tekstur dari produk Puding Thai Tea merupakan persentase keluhan pelanggan yang paling tinggi diantara keluhan lainnya yaitu sebesar 91%. Hal itu

dikarenakan tekstur dari puding yang terlalu encer atau cair. Promosi dari puding sendiri memiliki persentase keluhan sebesar 82% yang merupakan keluhan pelanggan terbesar kedua dari keluhan yang lainnya karena produk Puding Thai Tea dari Roffee's Melty Pudding masih asing dimata pelanggan. Untuk warna sendiri memiliki persentase keluhan sebesar 73% karena warna dari produk Puding Thai Tea kurang menarik sehingga tidak menggugah selera saat ingin mengkonsumsinya. Keluhan terakhir pelanggan terletak pada rasa puding dimana untuk rasa sendiri beberapa pelanggan sudah merasa pas dan enak, namun 42% pelanggan merasa rasa khas thai tea pada puding belum terasa dan tingkat kemanisan pada puding masih kurang. Persentase keluhan pelanggan tersebut menunjukkan rasa ketidakpuasan pelanggan terhadap produk Puding Thai Tea dari segi rasa, tekstur, promosi, maupun warna. Melihat adanya ketidakpuasan pelanggan karena kurang baiknya kualitas dari produk Puding Thai Tea dari Roffee's, maka diperlukan adanya suatu analisa kualitas produk dengan memperhatikan seluruh kebutuhan pelanggan yang belum terpenuhi. Oleh karena itu, untuk mengetahui atribut kebutuhan berdasarkan kebutuhan/keinginan pelanggan, dalam penelitian ini dapat menggunakan dimensi *Product Quality*. Menurut Widiawan (2004), model Kano juga digunakan dalam penelitian ini yang berguna untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Wijaya, 2011).

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, maka diperlukan penelitian yang dapat membantu pihak Roffee's untuk mengetahui atribut kebutuhan produk Puding Thai Tea. Hal tersebut dapat membantu dalam meningkatkan kualitas produk Puding Thai Tea. Oleh karena itu, dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini. Permasalahan tersebut adalah sebagai berikut.

1. Apa saja atribut kebutuhan produk Puding Thai Tea dari Roffee's Melty Pudding berdasarkan dimensi *Product Quality*?
2. Bagaimana kualitas produk Puding Thai Tea menggunakan *Product Quality*?
3. Apa saja atribut kebutuhan yang perlu ditingkatkan dari produk Puding Thai menggunakan integrasi *Product Quality* dan Model Kano?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menentukan atribut kebutuhan pelanggan produk Puding Thai Tea dari Roffee's Melty Pudding berdasarkan dimensi *Product Quality*.
2. Mengukur kualitas produk terhadap produk Puding Thai Tea menggunakan *Product Quality*.
3. Mengidentifikasi atribut kebutuhan pelanggan yang dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas produk Puding Thai Tea dengan menggunakan integrasi *Product Quality* dan Model Kano.

I.4 Batasan Penelitian

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Target responden pada penelitian ini yaitu responden yang pernah mengonsumsi Puding Thai Tea dari Roffee's Melty Pudding.
2. Penelitian ini tidak sampai pada tahap pengimplementasian.
3. Penelitian hanya dilakukan di kota Bandung.

I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diadakan untuk memberikan manfaat bagi perusahaan dengan uraian sebagai berikut:

1. Sebagai salah satu referensi bagi Roffee's Melty Pudding untuk mengetahui kebutuhan pelanggan terhadap produk Puding Thai Tea.
2. Dapat memberikan informasi kepada Roffee's Melty Pudding mengenai atribut apa saja yang berpengaruh dalam memberikan kepuasan bagi pelanggan terkait produk Puding Thai Tea.

I.6 Sistematika Penulisan

Adapun penulisan ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang menjadi objek penelitian dengan beberapa teori yang mendukung penelitian dilakukan.

BAB III Metodologi Penelitian

Pada bab ini berisi penjelasan mengenai langkah-langkah penelitian yang digunakan secara rinci yang terdiri dari model konseptual dan sistematika pemecahan masalah yang akan digunakan pada penelitian selanjutnya.

BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini berisi tentang pengumpulan dan pengolahan data yang dilakukan pada penelitian. Bab ini berisi data-data yang telah dikumpulkan yang selanjutnya diolah menggunakan metode yang telah ditentukan sebelumnya.

BAB V Analisis Data dan Rekomendasi

Pada bab ini menggambarkan tentang analisis terhadap pengolahan data. Analisis dan rekomendasi yang diberikan pada penelitian ini adalah analisis mengenai metode yang diterapkan, yaitu analisis Model Kano dan Integrasi *Produk Quality* serta rekomendasi dari hasil penelitian yang dilakukan penulis.

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi tentang bahasan terkait kesimpulan dari hasil penelitian pada pengolahan data dan analisis yang menjawab tujuan awal penelitian. Bab ini juga berisikan saran yang diberikan untuk UKM terkait dan untuk penelitian selanjutnya terhadap bidang yang sama.