

**APLIKASI METODE RUMAH KUALITAS UNTUK  
MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN  
PADA KAFE OLD BEN'S COFFEE AND COMMUNITY  
BANDUNG**

12/2 - 2022  
Mewang



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

**Oleh:  
Angel Gabriella  
6031801010**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**(Terakreditasi oleh BAN-PT No. 1789/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018)**

**BANDUNG  
2022**

**THE APPLICATION OF HOUSE OF QUALITY  
TO INCREASE PRODUCT AND SERVICE QUALITY AT  
OLD BEN'S COFFEE AND COMMUNITY CAFÉ BANDUNG**

*12/2-2022  
Pheucy*



**UNGRADUATED THESIS**

**Submitted to complete part of the requirements  
for Bachelor's Degree in Economics**

**By:  
Angel Gabriella  
6031801010**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMICS  
MANAGEMENT STUDY PROGRAMME  
(Accredited based on the Degree of BAN-PT  
No. 1789/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018)  
BANDUNG  
2022**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**APLIKASI METODE RUMAH KUALITAS UNTUK MENINGKATKAN  
KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN PADA KAFE OLD BEN'S COFFEE  
AND COMMUNITY BANDUNG**

Oleh

Angel Gabriella

6031801010

Bandung, 12 Februari 2022

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

Dr. Istiharini, SE., MM., CMA.

Pembimbing

Dr. Maria Merry Marianti, Dra., M.Si.

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Angel Gabriella  
Tempat, Tanggal Lahir : Bandung, 9 Desember 2000  
NPM : 6031801010  
Program Studi : Sarjana Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Aplikasi Metode Rumah Kualitas untuk Meningkatkan Kualitas Produk dan Layanan pada Kafe Old Ben's Coffee and Community Bandung

yang telah diselesaikan dibawah bimbingan: Dr. Maria Merry Marianti, Dra., M.Si.

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Segala hal yang tertuang sebagian atau seluruh isi skripsi saya tersebut dan yang merupakan karya orang lain (tidak terbatas buku, makalah, internet, materi perkuliahan, dan karya tulis mahasiswa lain), telah saya kutip, tafsir, dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta yang disebut plagiat (plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang memiliki sanksi berupa peniadaan pengakuan atas skripsi dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak manapun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No. 20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70; Lulusan yang karya ilmiahnya digunakan untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung, 28 Januari 2022

Pembuat pernyataan:



(Angel Gabriella)

## ABSTRAK

Persaingan bisnis kafe di Indonesia saat ini semakin besar sehingga setiap bisnis kafe akan berusaha untuk mempertahankan serta menarik pelanggan agar datang dan menikmati produk mereka. Hal ini harus didukung dengan menerapkan strategi yang tepat dan peningkatan kualitas, terutama dalam kualitas produk dan layanan kafe tersebut. Saat mengunjungi kafe, konsumen tidak hanya mencari produk berupa makanan dan minuman saja, tetapi konsumen menginginkan pengalaman yang berbeda. Suatu kafe akan dianggap sukses dan berhasil jika dapat menghasilkan penghasilan yang besar setiap harinya. Sedangkan, penghasilan suatu kafe dipengaruhi oleh banyaknya pelanggan setia atau pelanggan baru yang merasa nyaman sehingga dapat mengajak pelanggan baru lagi dan seterusnya.

Kafe Old Ben's Coffee and Community merupakan salah satu cabang kafe Old Ben's yang menjual makanan dan minuman. Dari hasil wawancara dengan pemilik Kafe Old Ben's Coffee and Community, diketahui bahwa permasalahan yang dialami adalah penurunan hasil penjualan karena menurunnya permintaan setiap harinya. Sedangkan, dari hasil wawancara dengan 10 pelanggan setia dan pelanggan baru Kafe Old Ben's Coffee and Community, diketahui bahwa mereka kurang puas dengan kualitas produk dan layanan yang didapat dari Kafe Old Ben's Coffee and Community.

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui karakteristik suatu kelompok dalam situasi tertentu. Penelitian ini mengumpulkan data dengan cara melakukan wawancara kepada 10 (sepuluh) orang konsumen Kafe Old Ben's Coffee and Community dan menyebarkan kuesioner kepada 100 (seratus) orang konsumen Kafe Old Ben's Coffee and Community.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa nilai kesenjangan antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja Kafe Old Ben's Coffee and Community per dimensi yaitu kualitas layanan (-0,85), kualitas produk makanan (-0,73), kualitas produk minuman (0,70). Terdapat prioritas perbaikan yang disarankan dalam penelitian ini yaitu: mengembangkan keahlian pekerja terkait tampilan makanan dan minuman yang lebih menarik dari internet (16%), menetapkan standar ukuran bahan baku untuk setiap menu makanan dan minuman (18%), pekerja membuat makanan dan minuman sesuai dengan standar temperatur (6%), mengembangkan keahlian juru masak dalam membuat makanan dengan melakukan uji coba (15%), mengembangkan keahlian barista dalam membuat minuman dengan melakukan uji coba (9%), menyediakan fasilitas kafe yang lebih nyaman dan menambah perlengkapan lainnya seperti stop kontak (9%), menyediakan peralatan makan dan minum yang lengkap dan cukup jumlahnya (9%), menetapkan standar sikap dan perilaku pekerja dalam melayani konsumen (6%).

## ABSTRACT

The competition in the cafe business in Indonesia is currently getting bigger so that every cafe business will try to retain and attract customers to come and enjoy their products. This must be supported by implementing the right strategy and improving quality, especially in the quality of the cafe's products and services. When visiting cafes, consumers are not only looking for products in the form of food and beverages, but consumers want a different experience. A cafe will be considered successful if it can generate a large income every day. Meanwhile, the income of a cafe is influenced by the number of loyal customers or new customers who feel comfortable so they can persuade more customers.

Old Ben's Coffee and Community Cafe is one of the branches of Old Ben's Cafe that sells foods and drinks. From the results of interviews with the owner of the Old Ben's Coffee and Community Cafe, it is known that the problem experienced is a decrease in sales results due to a decrease in demand every day. Meanwhile, from the results of interviews with 10 loyal customers and new customers of the Old Ben's Coffee and Community Cafe, it is known that they are not satisfied with the quality of products and services obtained from the Old Ben's Coffee and Community Cafe.

The method used is a descriptive method which aims to determine the characteristics of a group in certain situations. This study collects data by conducting interviews with 10 (ten) consumers of the Old Ben's Coffee and Community Cafe and distributing questionnaires to 100 (one hundred) consumers of the Old Ben's Coffee and Community Cafe.

Based on the results, it is known that the value of the gap between the level of importance and the level of performance of Old Ben's Coffee and Community Cafe per dimension is service quality (-0.85), food product quality (-0.73), beverage product quality (0.70). There are priority improvements suggested in this study, that is: developing worker skills related to the appearance of food and beverages that are more attractive from the internet (16%), setting standard sizes of raw materials for each food and beverage menu (18%), workers making food and drinks according to their needs. with temperature standards (6%), developing cooks' skills in making food by conducting trials (15%), developing barista skills in making drinks by conducting trials (9%), providing more comfortable cafe facilities and adding other equipment such as sockets (9%), providing complete and sufficient eating and drinking utensils (9%), setting standards for attitudes and behavior of workers in serving consumers (6%).

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan dan melimpahkan segala berkat, rahmat, kekuatan, dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, penulis mengalami banyak kendala. Berkat bantuan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak, segala kendala tersebut dapat teratasi, sehingga penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini:

1. Kedua orang tua dan adik penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi, dan doa disaat penulis mengalami kesulitan dalam menyusun skripsi.
2. Ibu Dr. Maria Merry Marianti, Dra., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membantu, membimbing, dan memberi masukan terhadap skripsi yang penulis buat.
3. Ibu Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
4. Ibu Dr. Istiharini, SE., MM., CMA. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
5. Semua Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama studi di Universitas Katolik Parahyangan.
6. Semua Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang telah banyak membantu penulis selama kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan
7. Sahabat, rekan kuliah, dan rekan kerja penulis yang selalu menemani, memberi semangat dan motivasi, serta memberi bantuan berupa ide dan saran dalam penulisan skripsi ini.
8. Ibu Lita dan Codie selaku pemilik dari Kafe Old Bens Coffee and Community yang mengizinkan penulis melakukan penelitian untuk pengerjaan skripsi ini.
9. Para responden yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam pengisian kuesioner.



Akhir kata, penulis berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan berkat, perlindungan, dan kebahagiaan kepada semua pihak yang telah membantu penulis secara moril dan materil dalam penyusunan skripsi ini. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua orang.

Bandung, 28 Januari 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Angel Gabriella', enclosed in a light gray rectangular box.

Angel Gabriella



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b>	
<b>ABSTRACT</b>	
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Kegunaan Penelitian .....	6
1.5 Kerangka Pemikiran .....	7
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Kafe .....	10
2.2 Bisnis Kafe pada Situasi Pandemi .....	11
2.3 Kualitas.....	12
2.3.1 Kualitas Produk Makanan dan Minuman.....	13
2.3.2 Kualitas Layanan.....	13
2.4 Quality Function Deployment .....	14
2.5 House of Quality.....	15
<b>BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>18</b>
3.1 Metode Penelitian .....	18
3.1.1 Jenis Penelitian.....	18
3.1.2 Teknik Pengumpulan Data .....	19
3.1.3 Jenis Data Penelitian .....	19

3.1.4 Operasionalisasi Variabel .....	20
3.1.5 Pengukuran Variabel .....	22
3.1.6 Populasi dan Sampel Penelitian .....	22
3.1.7 Teknik Pengambilan Sampel.....	23
3.2 Objek Penelitian .....	24
3.2.1 Sejarah Perkembangan Kafe Old Ben's di Bandung.....	24
3.2.2 Kafe Old Ben's Coffee and Community Jalan Setiabudi Bandung .....	25
3.2.3 Struktur Organisasi Kafe Old Ben's Coffee and Community .....	27
3.2.4 Produk Makanan dan Minuman Kafe Old Ben's Coffee and Community .....	28
3.2.5 Fasilitas Kafe Old Ben's Coffee and Community.....	30
3.2.6 Pelayanan Kafe Old Ben's Coffee and Community.....	31
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
4.1 Menentukan Keinginan dan Kebutuhan Konsumen.....	33
4.2 Penilaian Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen dibandingkan dengan Kinerja Kafe Old Bens' Coffee and Community .....	34
4.2.1 Penetapan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen .....	35
4.2.2 Penilaian Konsumen Terhadap Kinerja Kafe Old Ben's Coffee and Community Bandung .....	37
4.2.3 Kesenjangan Rata-Rata Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen dengan Rata-Rata Tingkat Kinerja Old Ben's Coffee and Community Bandung .....	40
4.2.4 Penentuan Nilai Target Perusahaan dan Rasio Peningkatan .....	42
4.3 Karakteristik Teknik Kafe Old Ben's Coffee and Community.....	44
4.4 Hubungan Antara Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen dengan Karakteristik Teknik Kafe Old Ben's Coffee and Community.....	46
4.5 Hubungan Antar Karakteristik Teknik Kafe Old Ben's Coffee and Community .....	48

4.6 Hal-Hal yang Perlu Dilakukan Kafe Old Ben’s Coffee and Community untuk Meningkatkan Kualitas Layanan .....	49
4.6.1 Penilaian Karakteristik Teknik dan Arah Perbaikan .....	49
4.6.2 Menentukan Nilai Target dan Tingkat Kesulitan Perusahaan .....	50
4.6.3 Penetapan Tingkat Kepentingan Absolut dan Tingkat Kepentingan Relatif .....	52
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>57</b>
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk dan Layanan	21
Tabel 3.2	Ukuran Tingkat Kepentingan	22
Tabel 3.3	Ukuran Tingkat Pelayanan	22
Tabel 3.4	Jumlah Pekerja dalam Satu Hari Kerja	26
Tabel 3.5	Daftar Menu Makanan di Kafe Old Ben's Coffee and Community	29
Tabel 3.6	Daftar Menu Minuman Kafe Old Ben's Coffee and Community	30
Tabel 4.1	Modus Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen Kafe Old Ben's Coffee and Community	33
Tabel 4.2	Rata-Rata Tingkat Kepentingan Karakteristik	35
Tabel 4.3	Rata-Rata Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan	36
Tabel 4.4	Rata-Rata Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen	37
Tabel 4.5	Rata-Rata Kinerja Kafe Old Ben's Coffee and Community Bandung	38
Tabel 4.6	Rata-Rata Kinerja Kafe Old Ben's Coffee and Community Sesuai Urutan	39
Tabel 4.7	Rata-Rata Kinerja Kafe Old Ben's Coffee and Community Bandung	40
Tabel 4.8	Kesenjangan Rata-Rata Tingkat Kepentingan	41
Tabel 4.9	Rata-Rata Kesenjangan antara Tingkat Kepentingan dengan Tingkat Kinerja	42
Tabel 4.10	Rata-Rata Kesenjangan antara Tingkat Kepentingan dengan Tingkat Kinerja	43
Tabel 4.11	Rasio Peningkatan Per Dimensi Sesuai Urutan	44
Tabel 4.12	Karakteristik Teknik Kafe Old Ben's Coffee and Community	45

Tabel 4.13	Hubungan Antara Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen dengan Karakteristik Teknik Kafe Old Ben's Coffee and Community	46
Tabel 4.14	Hubungan Antar Karakteristik Teknik Kafe Old Ben's Coffee and Community	48
Tabel 4.15	Hubungan Antar Karakteristik Teknik Kafe Old Ben's Coffee and Community	49
Tabel 4.16	Hubungan Antar Karakteristik Teknik Kafe Old Ben's Coffee and Community	50
Tabel 4.17	Hubungan Antar Karakteristik Teknik Kafe Old Ben's Coffee and Community	53
Tabel 4.18	Hubungan Antar Karakteristik Teknik Kafe Old Ben's Coffee and Community	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Konsumsi Kopi Nasional Periode 2016-2021	3
Gambar 1.2	Grafik Pertumbuhan Jumlah Coffee Shop di Indonesia Periode 2016-2021	3
Gambar 2.1	House of Quality	16
Gambar 3.1	Struktur Organisasi Kafe Old Ben's Coffee and Community	27

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Foto-Foto Objek yang Diteliti
	1. Pintu Masuk dan Keluar Bagian Depan
	2. Pintu Masuk dan Keluar Bagian Samping
	3. Tempat Pembuatan Minuman (Bar)
	4. Mesin Pembuat Kopi
	5. Mesin Pencatat Pembayaran di Kasir
	6. Tempat Mencuci di Bagian Pembuatan Minuman (Bar)
	7. Alat untuk Menggoreng Makanan
	8. Alat untuk Memanggang dan Kompor
	9. Tempat Mencuci di Bagian Dapur Kanan
	10. Tempat Mencuci di Bagian Dapur Kiri dan Tempat Pembeku (Freezer)
	11. Ruang Terbuka dan Area Merokok Bagian Tengah
	12. Ruang Terbuka dan Area Merokok Bagian Kanan
	13. Ruang Terbuka dan Area Merokok Bagian Kiri
Lampiran 2	Pedoman Wawancara Pendahuluan
Lampiran 3	Hasil Wawancara
Lampiran 4	Kesimpulan Hasil Wawancara
Lampiran 5	Kuesioner
Lampiran 6	Data Responden
Lampiran 7	Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen
Lampiran 8	Tingkat Kinerja Kafe Old Ben's Coffee and Community
Lampiran 9	<i>House of Quality</i>



# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pandemi Covid-19 telah menyerang sebagian besar negara di dunia termasuk Negara Indonesia selama hampir 2 tahun (sejak tahun 2020 sampai tahun 2022). Pada awalnya, pandemi ini menyebabkan banyak kerugian yang dirasakan oleh segala pihak di berbagai bidang dan berbagai aspek kehidupan. Segala bidang yang dimaksud mencakup bidang kesehatan, tenaga kerja, pendidikan, hingga yang paling besar dirasakan dampaknya adalah bidang ekonomi. Menurut Muhammad Sarwani, SE., M.M. selaku wartawan senior sekaligus dosen Program Studi Manajemen Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta, perekonomian Indonesia mengalami pelemahan akibat pandemi. Diantaranya adalah penurunan angka perekonomian Indonesia pada kuartal II 2020 sebesar 3,8% dan di kuartal III sebesar 1,6% dan jika terus menurun, Indonesia akan masuk resesi. Sedangkan, perekonomian dunia akan menurun sebesar 7% yang dianggap terparah sejak perang dunia kedua. Hal ini sangat memperburuk semua bisnis, baik bisnis besar maupun bisnis kecil, di Indonesia (Universitas Islam Indonesia, 2020).

Setelah 1,5 tahun pandemi menghancurkan sebagian besar bisnis yang ada di Indonesia, kondisi bisnis saat ini mulai pulih kembali. Hal ini dikarenakan sudah munculnya vaksin Covid-19 dan sebagian besar penduduk Indonesia sudah disuntik vaksinasi Covid-19, sehingga penyebaran virus Covid-19 menjadi lambat dan angka positif virus Covid-19 semakin berkurang. Berkurangnya angka positif Covid-19 menyebabkan pemerintah memperlonggar larangan untuk beraktivitas di luar rumah, sehingga segala aktivitas telah dapat dijalankan dengan kembali, namun tetap menggunakan protocol kesehatan. Peraturan melakukan 3M (mencuci tangan, memakai masker, dan menjaga jarak) masih harus dipatuhi oleh semua penduduk Indonesia sampai pandemi ini benar-benar berakhir. Hal ini dikarenakan, menurut Wiku Adisasmito selaku Juru Bicara Satgas Penanganan Covid-19, mencuci tangan dapat menurunkan risiko penularan sebesar 35%, memakai masker dapat menurunkan risiko penularan sebesar 45%-70%, dan menjaga jarak dapat

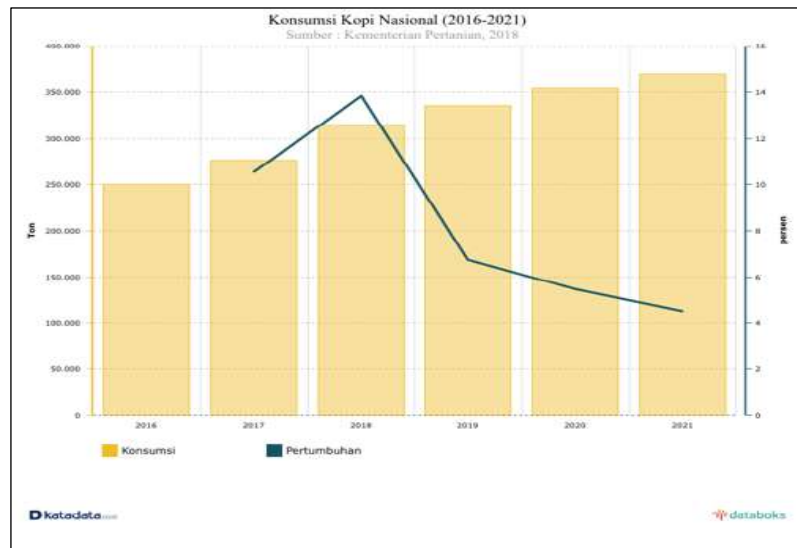
menurunkan risiko penularan sebesar 85%. Dengan demikian, perekonomian di Indonesia sudah mulai membaik dan diikuti dengan penghasilan masyarakat yang juga semakin meningkat.

*Coffee shop* merupakan usaha dalam bidang kuliner yang dikelola secara komersial, yang menawarkan minuman dan makanan kepada para tamu dengan pelayanan yang tidak formal, tanpa diikuti suatu aturan layanan yang baku, jenis-jenis makanan, atau harga yang relatif (Sugiarto dan Sulartiningrum, 1996). Industri kafe adalah suatu jenis usaha yang dapat berkembang dengan cepat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang berubah dengan pesat. Pada saat ini, kafe sudah menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia, dimana kafe dibuat dengan desain interior yang menarik, serta menawarkan suasana yang nyaman sebagai tempat untuk berkumpulnya orang, melakukan aktivitas seperti bercengkrama, berfoto, mengerjakan tugas/pekerjaan, makan dan minum yang biasanya dilakukan selama berjam-jam (Damamik, 2016).

Salah satu jenis minuman yang dijual di kafe dan saat ini banyak digemari adalah minuman dengan bahan-baku kopi. Pada tahun 2016, konsumsi kopi nasional mencapai 250.000 ton dan meningkat 10,54% menjadi 276.000 ton. Konsumsi kopi Indonesia pada periode 2016-2021 diprediksi akan meningkat sebanyak 8,22% per tahun, dimana pada tahun 2021 pasokan kopi mencapai 795.000 ton dengan konsumsi sebanyak 370.000 ton, sehingga terjadi surplus sebanyak 425.000 ton, yang berpotensi untuk diekspor ke luar negeri (Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Pertanian, 2018).

Gambar 1.1

Jumlah Konsumsi Kopi Nasional Periode 2016-2021

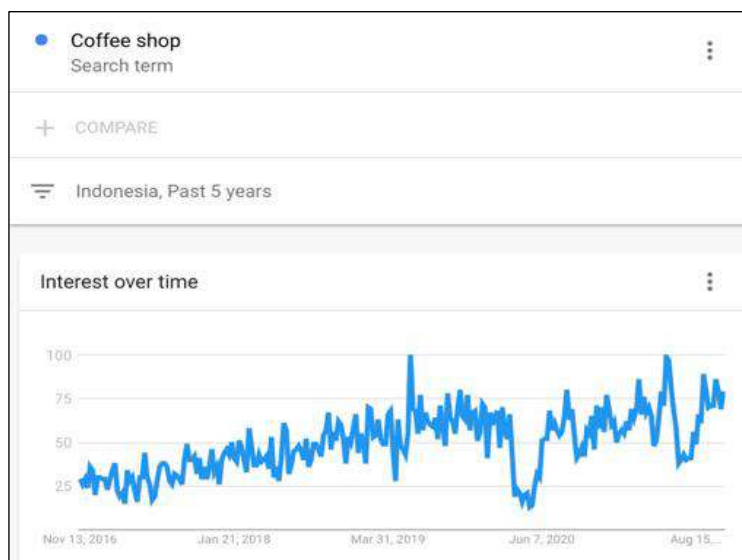


Sumber: Kementerian Pertanian, 2018

Dapat dilihat dari Gambar 1.1 bahwa konsumsi kopi di Indonesia terus meningkat dari sejak 2016-2021, dan hal ini mempengaruhi perkembangan bisnis kafe di Indonesia yang semakin meningkat juga. Terlihat dari Gambar 1.2, bahwa jumlah *coffee shop* di Indonesia juga terus meningkat selama 5 tahun terakhir.

Gambar 1.2

Grafik Pertumbuhan Jumlah Coffee Shop di Indonesia Periode 2016-2021



Sumber: Google Trends

Saat ini kondisi persaingan bisnis diantara *coffee shop* di Indonesia semakin besar sehingga setiap bisnis kafe akan berusaha untuk mempertahankan serta menarik pelanggan agar datang dan menikmati produk mereka. Hal ini harus didukung dengan menerapkan strategi yang tepat dan peningkatan kualitas, terutama dalam kualitas produk dan layanan kafe tersebut.

Saat mengunjungi kafe, konsumen tidak hanya mencari produk berupa makanan dan minuman saja, tetapi konsumen menginginkan pengalaman yang berbeda. Suatu kafe akan dianggap sukses dan berhasil jika dapat menghasilkan *omset* atau penghasilan yang besar setiap harinya. Sedangkan, penghasilan suatu kafe dipengaruhi oleh banyaknya pelanggan setia atau pelanggan baru yang merasa nyaman sehingga dapat mengajak pelanggan baru lagi dan seterusnya. Cara mendapatkan pelanggan yang banyak dan setia adalah dengan menyediakan kualitas produk berupa makanan dan minuman yang enak, memberikan kualitas layanan yang ramah, dan berbagai faktor lain terkait harga, pemasaran produk, dan lain-lain. (Chasa, 2019).

Kafe Old Ben's Coffee and Community merupakan salah satu cabang kafe Old Ben's yang menjual makanan dan minuman, terletak di Jalan Setiabudi nomor 264 Bandung. Kafe Old Ben's Coffee and Community sudah berdiri sejak bulan Februari tahun 2020. Kafe ini buka dari jam 10.00 sampai 20.00 di hari kerja dan jam 08.00 sampai 20.00 di akhir pekan. Dari hasil wawancara dengan pemilik Kafe Old Ben's Coffee and Community, diketahui bahwa permasalahan yang dialami oleh Kafe Old Ben's Coffee and Community adalah penurunan hasil penjualan karena menurunnya permintaan setiap harinya. Sedangkan, dari hasil wawancara dengan 10 pelanggan setia dan pelanggan baru Kafe Old Ben's Coffee and Community, diketahui bahwa mereka kurang puas dengan kualitas produk dan layanan yang didapat dari Kafe Old Ben's Coffee and Community (Lihat Lampiran 2: Hasil Wawancara). Hal ini disimpulkan dari narasumber yang menyebutkan bahwa kualitas produk makanan dan minuman berbeda kualitasnya saat kafe sedang sepi dan ramai pengunjung. Beberapa narasumber juga menyebutkan bahwa terkadang kualitas layanan tidak baik tergantung pekerjaannya, dan beberapa narasumber yang takut untuk mengunjungi ulang kafe dikarenakan pekerja sering

melepas masker disaat bekerja dan kurang melakukan protokol kesehatan.

Kualitas produk pada Kafe Old Ben's Coffee and Community akan diukur menggunakan dimensi kualitas makanan hasil penelitian Adnugraha dan Michael (2014: 645). Sedangkan, kualitas layanan pada Kafe Old Ben's Coffee and Community akan diukur menggunakan metode *Service Quality* atau yang biasa dikenal dengan istilah *servqual*. *Servqual* merupakan cara yang digunakan untuk melakukan pengukuran kualitas jasa yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dengan lima elemen utama yaitu *Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, dan Responsiveness* (TERAR). Penelitian ini didukung oleh metode *Quality Function Deployment (QFD)*, dengan menggunakan alat bantu berupa matriks *House of Quality (HOQ)*. *House of Quality* merupakan suatu kerangka kerja atas pendekatan dalam mendesain manajemen berupa *Quality Function Deployment (QFD)*. (Cohen, 1995).

Berdasarkan uraian diatas, pelaku bisnis Kafe Old Ben's Coffee and Community harus bisa meningkatkan kepuasan konsumen dengan melakukan perbaikan kualitas, baik kualitas produk maupun kualitas layanan yang akan dirasakan dan dinilai oleh konsumen khususnya dalam situasi pandemi yang belum berakhir ini, serta melakukan tindakan yang tepat untuk memenuhi harapan konsumen. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Aplikasi Metode Rumah Kualitas untuk Meningkatkan Kualitas Produk dan Layanan pada Kafe Old Ben's Coffee and Community Bandung".

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Penelitian ini ingin mengetahui penerapan dimensi kualitas makanan, minuman, dan layanan menggunakan metode *Quality Function Deployment* dengan alat bantu *House of Quality* untuk memperbaiki kualitas produk dan layanan pada Kafe Old Ben's Coffee and Community. Berdasarkan latar belakang penelitian yang diuraikan di atas, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apa saja hal yang diharapkan konsumen dari kualitas makanan dan minuman, serta layanan di Kafe Old Ben's Coffee and Community?
2. Bagaimana penilaian konsumen terhadap kualitas makanan dan minuman, serta layanan yang diberikan oleh Kafe Old Ben's Coffee and Community?

3. Apa saja yang sebaiknya dilakukan oleh Kafe Old Ben's Coffee and Community untuk memperbaiki kualitas makanan dan minuman, serta layanannya?
4. Bagaimana hubungan antara harapan konsumen dengan kualitas makanan dan minuman, serta layanan yang sebaiknya dilakukan oleh Kafe Old Ben's Coffee and Community?
5. Bagaimana hubungan antar kualitas makanan dan minuman, serta layanan yang dilaksanakan oleh Kafe Old Ben's Coffee and Community?
6. Apa saja prioritas perbaikan yang sebaiknya dilakukan oleh Kafe Old Ben's Coffee and Community agar harapan konsumennya dapat terpenuhi?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui hal-hal apa saja yang diharapkan konsumen dari kualitas makanan dan minuman, serta layanan di Kafe Old Ben's Coffee and Community.
2. Mengetahui penilaian konsumen terhadap kualitas makanan dan minuman, serta layanan yang diberikan oleh Kafe Old Ben's Coffee and Community.
3. Menetapkan hal-hal apa saja yang sebaiknya dilakukan oleh Kafe Old Ben's Coffee and Community untuk memperbaiki kualitas makanan dan minuman, serta layanannya.
4. Mengetahui hubungan antara harapan konsumen terhadap kualitas makanan dan minuman, serta layanan dengan hal-hal yang sebaiknya dilakukan oleh Kafe Old Ben's Coffee and Community untuk memenuhi harapan konsumen tersebut.
5. Mengetahui hubungan antar hal-hal yang perlu dilakukan oleh Kafe Old Ben's Coffee and Community untuk meningkatkan kualitas makanan dan minuman, serta layanan.
6. Menentukan prioritas perbaikan yang sebaiknya dilakukan oleh Kafe Old Ben's Coffee and Community agar harapan konsumennya dapat terpenuhi.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat membawa manfaat bagi berbagai pihak antara lain yaitu penulis sendiri, perusahaan, dan pembaca serta peneliti lainnya.

Manfaat yang diharapkan yaitu:

1. Bagi penulis.

Melalui penelitian ini diharapkan penulis dapat memperluas wawasan dan menambah pengetahuan, serta mampu menerapkan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan, khususnya tentang dimensi kualitas makanan, minuman, dan layanan, metode *Quality Function Deployment* serta penerapannya dalam bentuk *House of Quality* atau Rumah Kualitas terhadap pengembangan kualitas produk dan layanan pada Kafe Old Ben's Coffee and Community.

2. Bagi perusahaan yang diteliti.

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan yang diteliti, yaitu Kafe Old Ben's Coffee and Community sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam mengembangkan kualitas produk dan layanan di Kafe Old Ben's Coffee and Community agar dapat memenuhi harapan serta meningkatkan kepuasan konsumen.

3. Bagi pembaca dan peneliti lainnya.

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca yang membutuhkan informasi tentang pengembangan kualitas kafe, dan para peneliti lainnya sebagai bahan referensi maupun sumber informasi.

### **1.5 Kerangka Pemikiran**

Bisnis kafe saat ini sudah semakin berkembang dengan pesat khususnya di kota-kota besar yang ada di Indonesia karena kafe sudah menjadi kebiasaan dan gaya hidup sebagian besar masyarakat Indonesia. Hal ini menyebabkan timbulnya persaingan antar pelaku bisnis kafe yang tidak dapat dihindari. Setiap pelaku bisnis kafe harus bisa menarik pelanggan agar memilih kafe mereka dengan cara membentuk dan menerapkan strategi yang tepat dan sesuai. Pada awal pandemi, hampir seluruh bisnis, termasuk bisnis kafe, mengalami krisis dikarenakan penurunan penjualan yang drastis. Setelah 1,5 tahun pandemi dan sebagian besar penduduk Indonesia sudah divaksinasi, saat ini masyarakat Indonesia sudah mulai berani melakukan aktivitas di luar rumah dan bisnis kafe sudah mulai berjalan kembali dengan normal.



Dalam membangun sebuah bisnis, hal terpenting yang harus diperhatikan adalah kepuasan pelanggan karena jika pelanggan merasa puas dengan produk dan layanan yang dijual, pelanggan akan menjadi loyal dan merekomendasikan bisnis kepada orang lain. Sebaliknya, jika pelanggan merasa kurang puas dengan produk dan layanan yang mereka dapatkan, pelanggan akan memberikan umpan balik berupa keluhan dan bahkan bisa menyebarkan keburukan bisnis tersebut kepada orang lain. (Sodexo, 2019).

Kepuasan pelanggan merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan dan terpenuhi dengan baik. (Tjiptono, 2012). Kepuasan pelanggan merupakan perasaan konsumen yang senang atau kecewa setelah membandingkan produk yang dikonsumsi dengan harapan/ekspektasi mereka. Konsumen akan merasa puas jika produk yang dikonsumsi melebihi harapannya. Selain produk, konsumen juga memperhatikan layanannya. Konsumen akan merasa lebih puas jika layanan yang didapat melebihi harapannya, seperti cara pemesanan dan pembayaran yang lebih praktis, makanan dan minuman disajikan secara cepat.

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu: produk dan pelayanan yang ditawarkan, faktor emosional, pemasaran produk yang menarik, dan kemudahan yang diberikan. Sedangkan, kepuasan pelanggan dapat diukur oleh beberapa metode, yaitu: yang pertama, metode keluhan dan saran. Metode ini membutuhkan masukan dari konsumen berupa saran dan keluhan mengenai produk dan layanan yang ditawarkan. Metode yang kedua adalah *ghost shopping*, yang dilakukan dengan cara mempekerjakan tim untuk berperan sebagai konsumen di bisnis lain dan melaporkan hal-hal yang diamati. Metode ini dilakukan untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan bisnis lain. Metode ketiga adalah *lost customer analysis*, yang dilakukan dengan cara menghubungi konsumen yang sudah tidak membeli atau berganti pemasok agar dapat mengetahui dan memahami yang terjadi untuk melakukan langkah perbaikan. Dan metode yang keempat adalah survei kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan cara melakukan wawancara secara langsung maupun tidak langsung. Wawancara tidak langsung dapat dilakukan dengan menyebarkan data yang akan diisi oleh konsumen melalui telepon, email, ataupun secara tertulis. (Agung Hari Sasongko, ET., MM, 2020).

Penelitian ini menggunakan metode survei kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan cara melakukan wawancara pendahuluan dengan konsumen Kafe Old Ben's Coffee and Community dan menyebarkan angket kepada konsumen dengan menggunakan *google form*. Hal ini dilakukan untuk mengetahui harapan dan kinerja produk dan kualitas layanan kafe Old Ben's Coffee and Community dari sudut pandang konsumen. Penelitian ini akan mengembangkan kualitas makanan, minuman, dan pelayanan menggunakan metode *House of Quality* (HOQ).

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengembangkan kualitas produk dan pelayanan adalah metode *Quality Function Deployment* (QFD). QFD merupakan metode terstruktur yang digunakan dalam proses perencanaan dan pengembangan produk untuk menetapkan spesifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta untuk mengevaluasi kelebihan dan kekurangan secara sistematis, kapabilitas suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Cohen, 1995). Sedangkan, HOQ merupakan alat bantu metode QFD dengan menggunakan matriks yang dapat menghubungkan keinginan konsumen dengan langkah desain serta membandingkan langkah desain tersebut sehingga praktisi dapat berkonsentrasi pada karakteristik yang paling berharga dan paling penting. (Alexander, et al, 2015).

