

**PENGGUNAAN RUMAH KUALITAS UNTUK  
MENINGKATKAN KUALITAS HIDANGAN DAN  
PELAYANAN D'COST SEAFOOD RESTAURANT DI  
FESTIVAL CITYLINK MALL BANDUNG**

*Merry*



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**Oleh:**  
**Ricky Andrianto Hambali**  
**2015120023**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN  
Terakreditasi oleh BAN-PT  
No. 2001/SK/BAN-PT/Akred/S/VII//2018  
BANDUNG  
2019**

**THE APPLICATION OF HOUSE OF QUALITY  
TO INCREASE DISHES AND SERVICE QUALITY  
D'COST SEAFOOD RESTAURANT  
AT FESTIVAL CITYLINK MALL BANDUNG**

*Cherry*



**UNDERGRADUATED THESIS**

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

**By:  
Ricky Andrianto Hambali  
2015120023**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMICS  
PROGRAM IN MANAGEMENT  
Accredited by BAN – PT  
No. 2001/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018  
BANDUNG  
2019**

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



**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGGUNAAN RUMAH KUALITAS UNTUK  
MENINGKATKAN KUALITAS HIDANGAN DAN  
PELAYANAN D'COST SEAFOOD RESTAURANT  
DI FESTIVAL CITYLINK MALL BANDUNG**

Oleh:

Ricky Andrianto Hambali  
2015120023

Bandung, 18 Juli 2019

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Istiharini', written over a faint grid background.

Dr. Istiharini, SE., MM.

Pembimbing Skripsi,

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Merry', written over a faint grid background.

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

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Ricky Andrianto Hambali  
Tempat, tanggal lahir : Gorontalo, 14 April 1997  
NPM : 2015120023  
Program studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### PENGGUNAAN RUMAH KUALITAS UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS HIDANGAN DAN PELAYANAN D'COST SEAFOOD RESTAURANT DI FESTIVAL CITYLINK MALL BANDUNG

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

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

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

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 ilmiah yang digunakannya 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, 18 Juli 2019

Pembuat Pernyataan



(Ricky Andrianto Hambali)

## ABSTRAK

D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung merupakan salah satu bisnis kuliner yang menjual makanan laut (*seafood*). Berdasarkan data jumlah pendapatan D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung pada bulan Januari 2017 sampai Desember 2018, telah terjadi penurunan hampir setiap bulannya dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Dalam satu tahun terjadi penurunan sebesar 7,3% dibandingkan tahun 2017. Berdasarkan kuisioner pendahuluan yang disebarakan kepada 10 konsumen, diketahui bahwa konsumen merasa kurang puas dengan kualitas hidangan dan pelayanan yang diberikan D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung. Ketidakpuasan konsumen adalah hidangan tidak sesuai ekspektasi konsumen, pelayanan yang diberikan cepat, hidangan berpenampilan menarik, porsi sesuai ekspektasi konsumen, rasa hidangan memenuhi ekspektasi. Jadi perusahaan perlu melakukan perbaikan pada keandalan, daya tanggap, porsi hidangan, rasa hidangan, penampilan hidangan.

Konsumen akan merasa puas ketika ekspektasi mereka mengenai kualitas suatu produk terpenuhi. Alat bantu yang dapat digunakan untuk menerjemahkan keinginan konsumen adalah *Quality Function Deployment* (QFD). QFD berguna untuk membantu perusahaan dalam menerjemahkan keinginan konsumen kedalam desain produk dan membantu evaluasi produk yang dihasilkan oleh perusahaan dengan produk perusahaan lain. QFD memiliki alat bantu yang disebut Rumah Kualitas. Rumah Kualitas dapat membantu perusahaan dalam menentukan karakteristik produk atau jasa yang akan diproduksi sehingga bisa sesuai dengan keinginan konsumen

Jenis penelitian ini berdasarkan tujuan penelitiannya adalah penelitian terapan, berdasarkan jenisnya penelitian ini adalah penelitian bisnis, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, dan berdasarkan jangka waktu penelitian ini adalah *cross-sectional study*. Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang makan di D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung selama tanggal 29 April – 6 Mei 2019.

Berdasarkan hasil penelitian, seluruh dimensi memiliki kesenjangan negatif, yang berarti perusahaan belum mampu memenuhi ekspektasi konsumen. Rata-rata kesenjangan Dimensi Daya Tanggap (-0,36), Dimensi Keandalan (-0,91), Dimensi Penampilan Hidangan (-0,62), Dimensi Porsi Hidangan (-1,07), Dimensi Rasa Hidangan (-0,76). Hasil tersebut membuktikan bahwa konsumen masih merasa belum puas dengan kualitas hidangan dan pelayanan yang diberikan D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung.

Sebaiknya perusahaan melakukan perbaikan berdasarkan prioritas untuk meningkatkan kualitas hidangan dan pelayanannya pada karakteristik teknik yang memperoleh nilai kepentingan relatif diatas 5%, yaitu memperbaharui standar operasional pelayanan (SOP)(8,88%), mewajibkan karyawan membaca SOP dan melakukan tes tertulis kepada setiap karyawan(8,88%), melakukan penilaian kinerja setiap karyawan(8,88%), menyesuaikan kapasitas produksi (tenaga kerja dan peralatan masak) dengan jumlah permintaan(8,88%), mengolah bahan baku menjadi bahan siap dimasak sekitar 2 jam sebelum jam makan(8,88%), menetapkan standar kualitas dan kuantitas bahan baku yang digunakan untuk setiap porsi makanan/minuman(8,88%), membuat kalkulasi harga pokok setiap porsi makanan/minuman, lalu menetapkan harga jualnya(8,88%), membuat standar resep pembuatan makanan dan minuman per porsi(8,88%), juru masak/mimuman membuat makanan/minuman sesuai standar resep yang telah ditetapkan(8,88%).



## ABSTRACT

Based on data from D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung's revenue from January 2017 to December 2018, there has been a decline almost every month compared to the previous year. In one year there was a decrease of 7.3% compared to 2017. Based on the preliminary questionnaire distributed to 10 consumers, it was found that consumers were not satisfied with the quality of the dishes and services provided by D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung. Consumer dissatisfaction is a dish that does not meet consumer expectations, services provided are fast, dishes look interesting, portions according to consumer expectations, taste of dishes according to consumer expectations. So companies need to make improvements in reliability, responsiveness, portion of the dishes, taste of the dishes, appearance of the dishes.

Consumers will be satisfied if the product is according to their expectation. The tools that can be used to translate consumer desires is Quality Function Deployment (QFD). QFD is useful to help companies to translate consumer desires into product design and help evaluate products that their produced with other company products. QFD has a tool called House of Quality. House of Quality can help companies determine the characteristics of products or services to be produced so that they can be in accordance with the desire of consumers.

The type of this research based on the research purposes is applied research, based on the type of this research is business research, the method used in this research is descriptive method, and based on this research period is a cross-sectional study. The population in this study are people who ate at D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung in 29 April - 6 May 2019.

Based on the results of the research, all dimensions has a negative gap, it means that the company has not been able to meet consumer expectations. The average gap of the Responsiveness (-0.36), Reliability (-0.91), Dish Appearance (-0.62), Portion (-1.07), Taste (-0,76). These results prove that consumers are still not satisfied with the dishes and services quality that given by D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung.

It is recommended that the company make an improvements based on priorities to improve the dishes and services quality on technical characteristics that obtain a value of relative importance above 5%, do an upgrade of service operational standards (SOP) (8.88%), requiring employees to read SOP and doing a written test for each employee (8.88%), evaluating the performance of each employee (8.88%), adjusting production capacity (labor and cooking tools) based on demand (8.88%), processing raw materials into ready-to-cook ingredients about 2 hours before eat time (8.88%), set the standard of quality and quantity of raw materials used for each portion of food/beverage (8.88%), calculate the cost of each portion of food/beverage, then set the selling price (8.88% ), make a standard recipe for making food/beverage per portion (8.88%), cook/bartender make food/beverage according to recipe that have been set (8.88%).

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul **“Penggunaan Rumah Kualitas untuk Meningkatkan Kualitas Hidangan dan Pelayanan D’Cost Seafood Restaurant di Festival Citylink Mall Bandung”** memiliki tujuan untuk memecahkan masalah kualitas hidangan dan pelayanan yang ada pada D’Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Bandung agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Penelitian ini dibuat untuk memenuhi persyaratan tugas akhir dalam menyelesaikan program studi S1 dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen dari Universitas Katolik Parahyangan, Fakultas Ekonomi Manajemen.

Dalam melakukan penelitian ini, tentu tidak terlepas dari doa, pengarahan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, diantaranya sebagai berikut:

1. Muyladi Hambali & Sukarningsih selaku orangtua dan Lie Mei Hoa selaku wali yang senantiasa mendoakan dan mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Maria Merry Marianti, Dra., M. Si. selaku dosen pembimbing yang senantiasa membimbing dengan penuh kesabaran dan membantu memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Prof. Dr. Hamfri Djajadikerta, Drs., Ak., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
4. Dr. Istiharini, SE., MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
5. Inge Barlian, Dra., AK., M.Sc, selaku dosen wali yang membimbing dan mengarahkan penulis dalam menjalankan perkuliahan
6. Katlea Fitriani ST., MSM., selaku dosen yang membantu memberikan masukan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

7. Semua Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan pengarahan, saran dan motivasi kepada penulis selama berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan.
8. Seluruh karyawan tata usaha, perpustakaan, satpam dan prakarya Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan atas segala bantuan yang telah diberikan sejak penulis masuk kuliah sampai selesainya.
9. Bapak Jimmy selaku Manajer Restoran D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Bandung yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di restoran nya dan seluruh karyawan D'Cost Seafood Restaurant.
10. Vincencius Hans, Kevin Christanal, Yoga Juniardo, Gialdes Evan, Anthony Carl, Sony Harlim, Felicia Levina, Agnes Yessina selaku teman yang tidak hentinya memberikan semangat dan doa kepada penulis.
11. Devina Budi Raditya yang telah memberikan dukungan dan menjadi motivasi penulis dari awal perkuliahan hingga selesai.
12. Seluruh teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Bandung, 25 Juni 2019

Penulis

Ricky Andrianto Hambali



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	ix
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
1.4 Kerangka Pemikiran .....	7
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
2.1 Manajemen Operasi .....	10
2.1.1 Tantangan Dalam Manajemen Operasi .....	10
2.1.2 Keputusan Penting Manajemen Operasi .....	11
2.2 Kualitas .....	11
2.2.1 Kualitas Makanan .....	12
2.2.2 Kualitas Jasa .....	13
2.2.3 Pengaruh Kualitas Terhadap Keuntungan .....	14
2.2.4 Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen .....	16
2.3 Manajemen Kualitas Total .....	16
2.3.1 Konsep Manajemen Kualitas Total .....	16
2.3.2 Alat Bantu Manajemen Kualitas Total .....	18
2.4 Penyebaran Fungsi Kualitas .....	19
2.4.1 Manfaat Penyebaran Fungsi Kualitas .....	19
2.4.2 Kesulitan Dalam Pembuat Penyebaran Fungsi Kualitas .....	20
2.5 Rumah Kualitas .....	21
2.5.1 Matriks Rumah Kualitas .....	21
2.5.2 Tahap Pembentukan Rumah Kualitas .....	23
<b>BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN</b> .....	25
3.1 Metode Penelitian .....	25
3.1.1 Jenis Penelitian .....	25
3.1.2 Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.1.3 Operasionalisasi Variabel .....	27
3.1.4 Populasi dan Sampel Penelitian .....	28
3.1.5 Teknik Pengambilan Sampel .....	28
3.1.6 Penetapan Ukuran Sampel .....	29
3.1.7 Pengukuran Variabel .....	29
3.2 Objek Penelitian .....	30
3.2.1 Sejarah Perusahaan .....	30
3.2.2 Struktur Organisasi Perusahaan .....	31
3.2.3 Uraian Pekerjaan Anggota Organisasi .....	32

<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
4.1 Identifikasi Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen ...	35
4.2 Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen .....	36
4.2.1 Penetapan Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen .....	36
4.2.2 Penilaian Konsumen Terhadap Kinerja Perusahaan .....	40
4.2.3 Analisis Kesenjangan Antara Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen.....	44
4.2.4 Penentuan Nilai Target Kebutuhan dan Keinginan Konsumen.....	46
4.2.5 Rasio Peningkatan .....	46
4.3 Karakteristik Teknik Perusahaan .....	48
4.4 Hubungan Antara Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen dengan Karakteristik Teknik D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung.....	50
4.5 Hubungan Antar Karakteristik Teknik D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung.....	52
4.6 Hal-hal yang Sebaiknya Dilakukan untuk Meningkatkan Kualitas Hidangan dan Pelayanan D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung .....	53
4.6.1 Penetapan Target Karakteristik Teknik.....	53
4.6.2 Penilaian Target Karakteristik Teknik dan Arah Perbaikan.	55
4.6.3 Target Karakteristik Teknik dan Tingkat Kesulitan Perusahaan .....	56
4.6.4 Nilai Kepentingan Absolut dan Tingkat Kepentingan Relatif .....	59
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>68</b>
5.1. Kesimpulan .....	68
5.2. Saran .....	72

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**RIWAYAT HIDUP PENULIS**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Wisatawan Domestik dan Mancanegara Kota Bandung .....	1
Tabel 1.2	Pendapatan Bulanan D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung.....	2
Tabel 1.3	Hasil Kuisisioner Pendahuluan.....	3
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan dan Hidangan.....	26
Tabel 4.1	Modus Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen .....	34
Tabel 4.2	Rata-Rata Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen.....	35
Tabel 4.3	Rata-Rata Tingkat Kepentingan Karakteristik .....	36
Tabel 4.4	Rata-Rata Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen Masing-masing Dimensi Sesuai Urutan.....	36
Tabel 4.5	Rata-Rata Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen Per Dimensi Sesuai Urutan .....	37
Tabel 4.6	Rata-Rata Tingkat Kinerja Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen.....	38
Tabel 4.7	Rata-Rata Tingkat Kinerja Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen Sesuai Urutan .....	38
Tabel 4.8	Rata-Rata Tingkat Kinerja Kebutuhan dan Keinginan Konsumen Masing-masing Dimensi Sesuai Urutan.....	39
Tabel 4.9	Rata-Rata Tingkat Kinerja Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen Per Dimensi Sesuai Urutan .....	40
Tabel 4.10	Nilai Kesenjangan Antara Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja.....	41
Tabel 4.11	Nilai Kesenjangan Antara Tingkat Kepentingan dengan Tingkat Kinerja Sesuai Urutan .....	42
Tabel 4.12	Nilai Target Kebutuhan dan Keinginan Konsumen .....	43
Tabel 4.13	Rasio Peningkatan.....	44
Tabel 4.14	Rasio Peningkatan Sesuai Urutan .....	45
Tabel 4.15	Karakteristik Teknik D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Bandung .....	46
Tabel 4.16	Hubungan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen dengan Karakteristik Teknik D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung.....	47
Tabel 4.17	Hubungan Antar Karakteristik Teknik D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Bandung .....	49
Tabel 4.18	Target Karakteristik Teknik .....	50
Tabel 4.19	Penilaian Kinerja Target Karakteristik Teknik dan Arah Perbaikan D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Bandung..	52
Tabel 4.20	Tingkat Kesulitan Pencapaian Target Karakteristik Teknik D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Bandung.....	53
Tabel 4.21	Nilai Kepentingan Absolut D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung.....	57
Tabel 4.22	Tingkat Kepentingan Absolut dan Tingkat Kepentingan Relatif D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Bandung.....	61
Tabel 4.23	Tingkat Kepentingan Absolut dan Tingkat Kepentingan Relatif D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Bandung.....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pendapatan Periode Januari 2017-Desember 2018.....	3
Gambar 2.1 <i>Two Ways Quality Improves Profitability</i> .....	15
Gambar 2.2 Matriks Rumah Kualitas .....	22
Gambar 3.1 Bagan Organisasi .....	31

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Hasil Observasi dan Wawancara D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung
- Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 3 0048asil Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen D'Cost Seafood Restaurant
- Lampiran 4 Hasil Tingkat Kinerja Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen D'Cost Seafood Restaurant
- Lampiran 5 Matriks Rumah Kualitas
- Lampiran 6 Data Responden dan Profil Responden

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Kota Bandung dikenal sebagai kota kuliner yang menjadi salah satu tujuan wisatawan baik domestik ataupun mancanegara. Pada tahun 2016, diketahui terdapat 5 juta wisatawan domestik dan mancanegara yang datang ke Bandung.

Tabel 1.1

Jumlah Wisatawan Domestik dan Mancanegara Kota Bandung

Tahun	Wisatawan Domestik (orang)	Wisatawan Mancanegara (orang)	Jumlah (orang)
2011	225.585	6.487.239	6.712.824
2012	176.885	5.080.584	5.257.469
2013	176.432	5.388.292	5.564.724
2014	180.143	4.627.421	4.807.564
2015	183.932	5.877.162	6.061.094
2016	173.036	4.827.589	5.000.625

Sumber: (Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2016)

Rata-rata jumlah wisatawan yang datang ke Kota Bandung sekitar 5.567.383 orang/tahun. Dengan jumlah tersebut, tentunya dapat menjadi peluang bagi pelaku bisnis untuk meningkatkan pendapatan. Salah satu bisnis tersebut adalah bisnis kuliner.

Saat ini di Kota Bandung terdapat lebih dari 758 restoran (Badan Pusat Statistik Jawa Barat, 2016). Banyaknya usaha dalam bisnis kuliner membuat persaingan dalam bisnis kuliner di Kota Bandung menjadi semakin tinggi. Sekarang ini konsumen sering membandingkan kualitas suatu produk dengan produk lainnya, dan akhirnya memilih produk yang kualitasnya lebih baik. Para pelaku bisnis kuliner melakukan berbagai inovasi dan mengikuti perkembangan tren agar bisa bersaing dan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya.

D'Cost Seafood Restaurant merupakan salah satu perusahaan dalam bisnis kuliner yang berada di Festival Citylink Mall kota Bandung dan berlokasi di Jl. Peta nomor 241 Bandung. Kekuatan utama dari D'Cost Seafood Restaurant

adalah menghasilkan produk berupa makanan laut (*seafood*) dengan standar kualitas yang tinggi dan harga yang relatif lebih murah.

Perusahaan D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung mengalami penurunan hasil penjualan dalam 2 tahun terakhir.

Tabel 1.2  
Pendapatan Bulanan D'Cost Seafood Restaurant  
Festival Citylink Mall Bandung

Bulan	2017 (Rupiah)	2018 (Rupiah)	Peningkatan (Penurunan) Rupiah (Rp)	Peningkatan (Penurunan ) (%)
Januari	501.873.288	494.431.772	-7.441.516	-1,48
Februari	460.927.164	402.903.292	-58.023.872	-12,59
Maret	574.298.776	570.031.209	-4.267.567	-0,74
April	719.757.680	504.528.239	-215.229.441	-29,90
Mei	578.642.659	560.262.137	-18.380.522	-3,18
Juni	790.643.217	723.710.722	-66.932.495	-8,47
Juli	458.176.418	466.979.636	8.803.218	1,92
Agustus	389.763.035	406.993.305	17.230.270	4,42
September	425.053.215	450.571.402	25.518.187	6,00
Oktober	520.703.406	386.380.728	-134.322.678	-25,80
November	422.815.333	482.829.547	60.014.214	14,19
Desember	710.346.163	624.790.745	-85.555.418	-12,04
Total	6.553.000.354	6.074.412.734	-478.857.620	-7,30

Sumber: Data Penjualan Perusahaan D'Cost

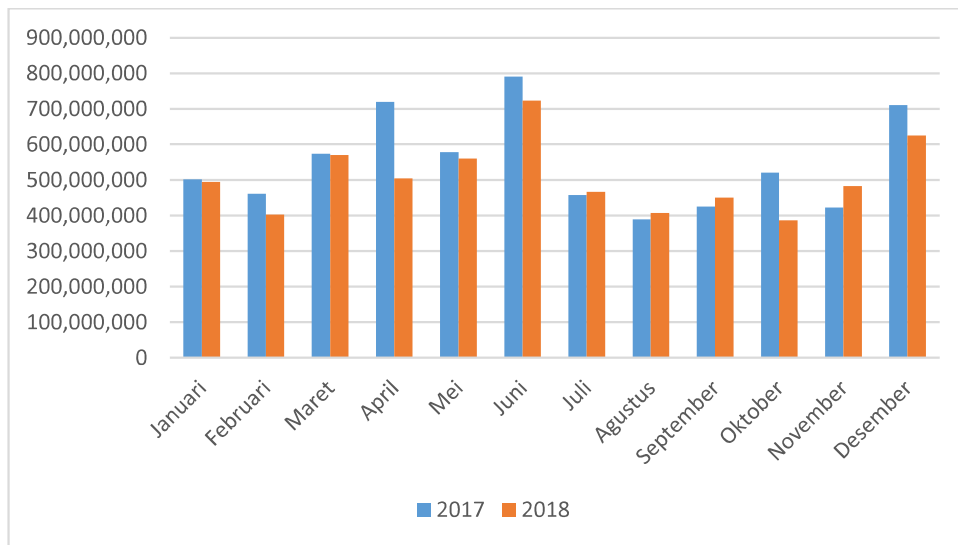
Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa pendapatan D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung mengalami penurunan setiap bulannya pada tahun 2018 dibandingkan tahun 2017. Bulan yang mengalami penurunan adalah bulan Januari, Februari, Maret, April, Mei, Juni, Oktober, dan Desember. Penurunan tertinggi terjadi di bulan April yaitu 29,90%. Sedangkan bulan yang mengalami peningkatan adalah bulan Juli, Agustus, September, dan November. Peningkatan tertinggi terjadi di bulan November yaitu 14,19%. Secara total pendapatan tahun 2018 menurun sebesar 7,3% dibandingkan tahun 2017.

Agar lebih jelas, maka data pada Tabel 1.2 dibuat grafik yang dinyatakan pada Gambar 1.1 di halaman 3.



Gambar 1.1

Grafik Pendapatan Periode Januari 2017-Desember 2018



Sumber: Data yang diolah.

Untuk mengetahui penyebab penurunan pendapatan pada tahun 2018, telah dilakukan wawancara singkat dengan 10 konsumen. Dapat disimpulkan bahwa konsumen merasa kurang puas dengan kualitas produk serta pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Untuk mengukur kualitas hidangan, digunakan dimensi kualitas makanan yang terdiri dari 9 dimensi: warna, penampilan, porsi, bentuk, temperatur, tekstur, aroma, tingkat kematangan, dan rasa (Jones, 2000, hal. 109). Sedangkan dimensi kualitas pelayanan terdiri dari 5 dimensi: keandalan, daya tanggap, keyakinan, empati, bukti fisik (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988).

Penyebaran kuisioner pendahuluan telah dilakukan kepada 10 (sepuluh) konsumen untuk mengetahui dimensi makanan dan dimensi pelayanan manakah yang belum memenuhi kepuasan konsumen. Lihat Tabel 1.3.

Tabel 1.3  
Hasil Kuisioner Pendahuluan

No	Indikator	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Rata-rata
1	Kebersihan tempat dan peralatan makan	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4,7
2	Karyawan berpenampilan rapih	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4,7

Tabel dilanjutkan ke halaman berikutnya

Table 1.3 (Lanjutan)

No	Indikator	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Rata-rata
3	Suasana restoran nyaman	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4,5
4	Karyawan memberikan perhatian terhadap konsumen	6	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4,7
5	Hidangan sesuai ekspektasi konsumen	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3,4
6	Karyawan dapat menjawab keingintahuan	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4,6
7	Karyawan berperilaku baik	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4,6
8	Pelayanan yang diberikan cepat	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3,2
9	Karyawan cepat menanggapi keluhan konsumen	3	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4,0
10	Karyawan cepat membersihkan makanan	3	3	4	5	5	5	4	5	4	4	4,2
11	Hidangan yang diberikan berpenampilan menarik	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3,4
12	Hidangan yang disajikan bersih	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4,0
13	Porsi hidangan sesuai ekspektasi	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3,1
14	Aroma hidangan sedap	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4,4
15	Rasa hidangan memenuhi ekspektasi	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3,4

Sumber: Data yang diolah

Dari hasil kuisioner pendahuluan terdapat beberapa hal yang merupakan kekurangan/kelemahan dari perusahaan, maka diputuskan bahwa penelitian ini hanya menggunakan 3 dimensi makanan dan 2 dimensi pelayanan yang merupakan kelemahan dari perusahaan, yaitu:

1. Hidangan sesuai ekspektasi konsumen (Keandalan).
2. Pelayanan yang diberikan cepat (Daya Tanggap).
3. Hidangan berpenampilan menarik (Penampilan).
4. Porsi sesuai ekspektasi konsumen (Porsi).
5. Rasa hidangan memenuhi ekspektasi (Rasa).

Berdasarkan hasil kuisioner pendahuluan diatas, maka D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung berusaha memperbaiki

kualitas hidangan dan pelayanan yang diberikan, agar konsumennya merasa lebih puas dan dapat menjadi konsumen yang loyal terhadap perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka dilakukan penelitian dengan judul **“Penggunaan Rumah Kualitas untuk Meningkatkan Kualitas Hidangan dan Pelayanan D’Cost Seafood Restaurant di Festival Citylink Mall Bandung”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Kepuasan konsumen merupakan kunci keberhasilan bagi perusahaan. Hal ini berguna untuk menjaga loyalitas konsumen. Kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap suatu produk berbeda-beda. Perusahaan dituntut untuk bisa menghasilkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut. Perusahaan sebaiknya mencari tahu kualitas produk seperti apa yang diinginkan oleh konsumen dengan cara melakukan riset pasar. Perusahaan juga sebaiknya mencari tahu apakah produk yang dihasilkannya telah dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Berdasarkan wawancara pendahuluan yang telah dilakukan, diketahui bahwa konsumen kurang puas terhadap kualitas hidangan dan pelayanan yang diberikan D’Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung, maka disusunlah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Karakteristik hidangan dan pelayanan seperti apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen D’Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung?
2. Apakah hidangan dan pelayanan yang diberikan oleh D’Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung sudah sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen?
3. Karakteristik teknik seperti apa yang sebaiknya dimiliki oleh D’Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya?
4. Bagaimana hubungan antara karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumen dengan karakteristik teknik yang dimiliki D’Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung?
5. Bagaimana hubungan antar karakteristik teknik yang dimiliki D’Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung?

6. Prioritas perbaikan apa yang sebaiknya dilakukan D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui karakteristik hidangan dan pelayanan seperti apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung.
2. Mengetahui apakah hidangan dan pelayanan yang diberikan oleh D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung sudah sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen.
3. Mengetahui karakteristik teknik seperti apa yang sebaiknya dimiliki oleh D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya.
4. Mengetahui bagaimana hubungan antara karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumen dengan karakteristik teknik yang dimiliki D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung.
5. Mengetahui bagaimana hubungan antar karakteristik teknik yang dimiliki D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung
6. Mengetahui psrioritas perbaikan apa yang sebaiknya dilakukan D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak di bawah ini, yaitu:

1. Perusahaan D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas hidangan dan pelayanan sesuai dengan karakteristik yang diinginkan konsumen.
2. Penulis. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman penulis, mampu melakukan penerapan ilmu yang telah dipelajari pada saat kuliah.

3. Bagi pihak lain. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi, gambaran tentang hal-hal terkait bisnis kuliner dan bisa menjadi referensi dalam melakukan penelitian serupa.

#### **1.4 Kerangka Pemikiran**

Dalam melaksanakan bisnis, penting bagi perusahaan memperhatikan keputusan manajemen operasi agar perusahaan dapat efektif dalam menggunakan berbagai faktor produksi seperti sumber daya manusia, peralatan, dan bahan mentah secara efisien.

Pada bisnis kuliner, terdapat 2 hal penting yang dinilai konsumen, yaitu hidangan (makanan dan minuman) dan pelayanan (kebersihan dan kenyamanan tempat, kecepatan pelayanan, dan lain lain). Kualitas produk dan pelayanan yang diinginkan oleh konsumen tentunya berbeda-beda, tetapi perusahaan diharapkan bisa memenuhi karakteristik yang diinginkan oleh sebagian besar konsumen. “*Quality is a term used by customer to describe their general satisfaction with a service or product*” (Krajewski, Malhotra, & Ritzman, 2016, hal. 119). “*The ability of a product or service to meet customer needs*” (Heizer, Render, & Munson, 2017, hal. 255). Dari kedua definisi tersebut, bisa disimpulkan bahwa kualitas adalah kemampuan dari produk atau jasa yang diberikan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Untuk bisa menciptakan produk yang sesuai dengan harapan konsumennya, perusahaan sebaiknya mencari informasi mengenai karakteristik yang diinginkan oleh konsumen agar perusahaan bisa melakukan pengembangan pada karakteristik yang dianggap penting oleh konsumen. Untuk mengetahui informasi mengenai kualitas hidangan, dimensi yang digunakan adalah dimensi kualitas makanan yang terdiri dari 9 dimensi yaitu warna, penampilan, porsi, bentuk, temperatur, tekstur, aroma, tingkat kematangan, rasa (Jones, 2000, hal. 109). Sedangkan Kualitas pelayanan terdiri dari 5 dimensi yaitu bukti fisik (*tangibles*), empati (*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*), keandalan (*reliability*) (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988). Dimensi kualitas hidangan dan pelayanan tersebut berguna untuk membantu mencari informasi mengenai kualitas hidangan dan pelayanan seperti apa yang

diinginkan oleh konsumen D'Cost Seafood Restaurant Festival Citylink Mall Bandung. Penelitian ini hanya menggunakan 3 dimensi kualitas makanan dan 2 dimensi kualitas pelayanan yaitu penampilan, porsi, rasa, daya tanggap, dan keandalan. Hal tersebut dikarenakan dimensi lainnya sudah mendapat penilaian yang baik berdasarkan kuisioner pendahuluan yang disebarakan kepada 10 konsumen. Lihat Tabel 1.3.

Untuk restoran, produk berupa hidangan terdiri dari 2, yaitu makanan dan minuman. Agar perusahaan dapat memberikan produk maupun pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dibutuhkan sistem pengelolaan kualitas. Sistem ini berfungsi untuk membantu perusahaan dalam menciptakan produk dan pelayanan yang lebih baik dan terjaga kualitasnya.

Konsumen akan merasa puas ketika ekspektasi mereka mengenai kualitas suatu produk (barang/jasa) terpenuhi. *“Customers, internal, or external, are satisfied when their expectations regarding a service or product have been meet or exceeded”* (Krajewski, Malhotra, & Ritzman, 2016, hal. 119). Dengan memberikan produk yang memenuhi/melebihi ekspektasi konsumen, perusahaan akan memperoleh loyalitas konsumen yang membuat konsumen sulit untuk beralih ke produk pesaing (Taylor & Russell, 2014, hal. 42).

Manajemen Kualitas Total merupakan strategi manajemen dalam mengelola kualitas di perusahaan. *“Total Quality Management (TQM) is a management of an entire organization so that excels in all aspects of products and services that are important to the customer”* (Heizer, Render, & Munson, 2017, hal. 257). TQM dapat membantu perusahaan melakukan perbaikan kualitas produk (barang/jasa). Dalam TQM, terdapat 18 alat bantu (Rampersad, 2005, hal. 54), salah satunya adalah *Quality Function Deployment* yang berguna untuk mengetahui karakteristik produk dan pelayanan yang diinginkan oleh konsumen.

Setelah mendapat informasi mengenai karakteristik produk dan pelayanan yang diinginkan oleh konsumen, perusahaan perlu alat bantu untuk bisa menerjemahkan keinginan konsumen tersebut kedalam karakteristik produk dan pelayanan. Alat bantu yang dapat digunakan untuk menerjemahkan keinginan konsumen adalah *Quality Function Deployment*. *“Quality Function Deployment (QFD) is a process that helps a company determine the product characteristics*

*important to the consumer and to evaluate its own product in relation to others”* (Jacobs & Chase, 2018, hal. 50). QFD berguna untuk membantu perusahaan dalam menerjemahkan keinginan konsumen kedalam desain produk dan membantu evaluasi produk yang dihasilkan oleh perusahaan dengan produk perusahaan lain. QFD memiliki alat bantu yang disebut Rumah Kualitas (*House of Quality*). Rumah Kualitas merupakan alat bantu dalam QFD (Franceschini, 2001, hal. 118).

*“House of quality (HOQ) is a part of the Quality Function Deployment process that utilizes a planning matrix to relate customer “wants” to “how” the firm is going to meet thos “wants””* (Heizer, Render, & Munson, 2017, hal. 204). HOQ berguna untuk menghubungkan karakteristik produk dan pelayanan yang diinginkan oleh konsumen dengan karakteristik produk dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. HOQ juga dapat membantu perusahaan menentukan karakteristik mana yang perlu diberi prioritas untuk dilakukan perbaikan dan peningkatan.