

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, tampaknya semakin banyak jenis minuman modern yang tersedia. Aneka minuman ini juga sangat disukai oleh semua kalangan usia. Anak-anak, orang dewasa berikutnya, dan akhirnya orang tua disertakan. Ada banyak kafe baru bermunculan akhir-akhir ini, masing-masing menyajikan perpaduan unik dari minuman trendi dan trendi, mulai dari kopi beraroma hingga es teh hingga kombucha. Tidak mengherankan jika inovasi minuman baru terus bermunculan untuk menarik perhatian orang dan, terkadang, membuat mereka bingung harus memilih yang mana.

Statistik dari survei Jajak Pendapat (JakPat) yang dilakukan pada tahun 2022 dan tersedia di seluruh Indonesia menunjukkan bahwa boba, es kopi, dan es teh hanyalah beberapa dari sekian banyak jenis minuman keiki yang tersedia. Di kalangan masyarakat Indonesia, minuman kekinian ini cukup populer; memang, bagi sebagian orang, itu sudah menjadi makanan pokok dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan angka tersebut, diketahui bahwa dari total 1.209 responden, 41% rutin mengonsumsi minuman beralkohol. Selanjutnya, 39% responden menggunakan hamper minuman kekinian setiap hari atau lebih dari empat kali per minggu, 15% mengonsumsi minuman kekinian antara satu dan tiga kali per bulan, dan hanya 5% mengonsumsi minuman kekinian kurang dari sekali per bulan selama masa tiga bulan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hamdan dan Raharja (2020) menunjukkan bahwa popularitas tong cocktail semakin meningkat dan melahirkan model bisnis baru, beberapa di antaranya tumbuh menjadi start-up (Hamdan dan Raharja, 2020). Penelitian Veronica dan Ilmi (2020) menunjukkan bahwa jenis minuman kekinian yang paling populer saat ini antara lain teh boba, teh keju, chai dengan gula merah, teh thai, dan minuman regal (Veronica dan Ilmi, 2020).

Penelitian telah menganalisis kepuasan konsumen terhadap kefir dan bentuk minuman beralkohol lainnya. Namun, situasi pasar saat ini melibatkan pengecer yang juga terlibat dalam bisnis penjualan air mineral kekinian tetapi meremehkan standar kualitas penting yang harus dipenuhi oleh produk ini. Sebagai akibat dari situasi ini, pedagang kehilangan uang karena mereka hanya berfokus pada menghasilkan uang, daripada menyediakan produk berkualitas tinggi yang diinginkan pelanggan. Selain itu, pembeli minuman kekinian mengungkapkan keinginannya untuk memberikan masukan kepada distributor dalam upaya peningkatan kualitas minuman kekinian. Variasi yang meluas dalam selera konsumen untuk minuman yang merangsang secara seksual juga berkontribusi pada masalah ini, sehingga sulit bagi pengecer untuk memastikan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hal tersebut di atas, penelitian ini perlu dilakukan untuk menentukan standar kualitas kritis untuk air kefir yang harus dipenuhi oleh produsen dan pengecer. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan secara tidak langsung meningkatkan keuntungan distributor tong. Selain itu, ini dapat menjadi panduan bagi pendatang baru di pasar minuman

kekinian yang sedang booming untuk mempertimbangkan kriteria kualitas kritis berdasarkan preferensi konsumen..

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan landasan penelitian yang diuraikan di atas, masalah yang disebutkan di atas dapat diidentifikasi sebagai pengecer suplemen makanan yang meremehkan keberadaan kriteria kualitas kritis yang harus dipenuhi oleh suplemen makanan untuk memuaskan keinginan konsumen, dengan kriteria kualitas kritis tersebut dipisahkan dari keberadaan preferensi konsumen. Karena itu, pengecer independen tidak dapat bersaing dengan rantai besar yang menguasai pasar tong bir..

1.3 Batasan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut maka penelitian ini dibatasi dengan beberapa hal yaitu:

1. Penelitian mengambil data preferensi konsumen terhadap kualitas minuman kekinian
2. Data diperoleh dengan melakukan survei dengan metode *Voice of Customer* (VoC)
3. Pendekatan yang digunakan *Quality Function Deployment* (QFD) yang ditampilkan dalam *House of Quality* (HoQ).

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apa kriteria kualitas kritis produk minuman kekinian berdasarkan preferensi konsumen di Kota Batam.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah menyusun kriteria kualitas kritis produk minuman kekinian berdasarkan preferensi konsumen di Kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terbagi menjadi 2 yaitu sebagai berikut:

a. Manfaat bagi umum

Penelitian ini dapat menambah khasanah pengetahuan terkait kriteria kualitas kritis, minuman kekinian, dan preferensi konsumen untuk penelitian berikutnya.

b. Manfaat bagi peneliti

Penelitian ini dapat menambah khasanah pengetahuan peneliti tentang penerapan *Voice of Customer* (VoC) dan *Quality Function Deployment* (QFD) yang ditampilkan dalam *House of Quality* (HoQ) untuk meningkatkan kualitas produk.