

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Selain karet dan kelapa sawit, kopi adalah produk perkebunan utama di Indonesia. Dilaporkan bahwa kopi yang dibuat di Indonesia memiliki daya saing di pasar internasional. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nalurita et al. (2014), mereka menemukan bahwa kopi Indonesia memiliki keunggulan yang signifikan dibandingkan dengan produk lain. Keunggulan ini didukung oleh sumber daya alam, modal, tenaga kerja, IPTEK, industri terkait dan pendukung, peran pemerintah, dan kesempatan.

Perkembangan bisnis kuliner dari waktu ke waktu mengalami perkembangan yang pesat, baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya. Bisnis kuliner yang berkembang telah berbagai ragam seperti bisnis restoran dan bisnis populer catering (*café*, *coffee shop*, toko roti, *bakery*, dan *steak house*). Perusahaan menerapkan berbagai strategi untuk menambah pelanggan yang baru dan mempertahankan pelanggan yang lama. Salah satu cara agar bisa lebih unggul dalam persaingan dengan perusahaan yang lain adalah dengan melayani segala kebutuhan pelanggan agar terpenuhi. Pelanggan adalah suatu aset perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan kepada pelanggan. Perusahaan berusaha menciptakan kepuasan pelanggan agar pelanggan tetap setia menggunakan jasa yang telah digunakan selama ini.

Kepuasan konsumen menurut Danang Sunyoto (2015:140) merupakan salah satu alasan mengapa konsumen memilih untuk berbelanja di lokasi tertentu. Jika konsumen puas dengan produk tersebut, mereka akan terus membeli dan menggunakannya dan memberi tahu orang lain tentang pengalaman menyenangkan mereka dengan produk tersebut. Ekspektasi dari pelanggan ini dibentuk oleh pengetahuan serta pengalaman belanja sebelumnya, dimana ekspektasi ini berkembang dari waktu ke waktu. Seiring waktu, seiring bertambahnya pengetahuan dan pengalaman pelanggan, harapan pelanggan yang paling penting pada dasarnya adalah kepuasan pelanggan yang paling penting, dan

sebagai dasar pembelian pelanggan, Anda harus lebih memikirkan apa yang mereka beli untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kepuasan pelanggan tergantung pada bagaimana perusahaan memberikan layanannya. Pelayanan dalam arti bahasa adalah suatu tindakan yaitu penyediaan segala sesuatu yang dibutuhkan oleh orang lain atau pelanggan. Salah satu ukuran kepuasan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan.

Shoom Coffee adalah kedai kopi yang menawarkan berbagai macam minuman dan makanan. Makanan yang dijual oleh Shoom Coffee berkisar dari makanan ringan hingga berat. Shoom Coffee menawarkan berbagai layanan untuk menarik pelanggan, seperti menghubungkan konsumen ke Wi-Fi saat berada di kedai kopi. Shoom Coffee dimiliki oleh JL. P Bali Raya No.68 Perumnas 3 Kota Bekasi. Harga Shoom Coffee juga sangat terjangkau dan bervariasi bagi konsumen. Selain menu yang variatif, pemilik kafe juga mempertimbangkan tempatnya. Ada beberapa kedai kopi berbeda di sekitar Shoom Coffee, dan konsumen mempertimbangkan banyak hal saat memilih kedai kopi tertentu. Pemilik Shoom Coffee berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi pertimbangan konsumen, baik kualitas pelayanan, harga maupun lokasi untuk menjaga kepuasan konsumennya.

**Tabel 1. 1 Tabel Daftar Menu Pada Shoom Coffee**

No	Daftar Menu	Harga
1.	Nasi Goreng	Rp. 30.000
2.	Cireng	Rp. 20.000
3.	Indomie	Rp. 18.000
4.	Roti Bakar	Rp. 20.000

Berdasarkan pada tabel di atas harga untuk menu makanan berat di Shoom coffee cukup mahal dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh pesaing lainnya. Banyak konsumen yang berkunjung ke *coffee shop* mengeluhkan tentang harga makanan yang terlalu mahal dan porsi yang disajikan oleh *coffee shop* lebih sedikit.

Harga merupakan faktor yang sangat penting dalam penjualan, banyak perusahaan bangkrut karena menetapkan harga yang tidak sesuai dengan pasar. Untuk menentukan harga yang tepat bagi konsumen, perusahaan perlu melakukan penelitian yang lebih mendalam untuk dapat menentukan harga yang tepat bagi konsumen. Konsumen menganggap harga sebagai kriteria utama ketika memutuskan apakah akan membeli suatu produk, kapan membelinya, dan berapa banyak produk yang akan dibeli berdasarkan daya beli konsumen.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.

Untuk pelayanan terhadap konsumen, mereka mengeluhkan akan tempat parkir yang kurang luas untuk memarkirkan kendaraan para konsumen. Konsumen juga mengeluhkan akan pelayanan yang sangat lama sehingga membuat konsumen menunggu lama. Konsumen juga mengeluhkan pembayaran hanya bisa dilakukan oleh cash atau tunai. Konsumen tidak pernah diberi informasi mengenai promo yang ada di café tersebut.

Dalam persaingan yang sangat ketat, bagi kedai kopi khususnya Shoom Coffee, kualitas pelayanan merupakan hal yang paling penting untuk bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasarnya. Shoom Coffee harus mengembangkan produk inovatif dan menawarkan konsep gaya hidup. Gaya hidup adalah tempat di mana anak muda dari banyak generasi memiliki kebiasaan yang berbeda dan cenderung menyukai sesuatu yang baru atau apa yang dianggap kekinian dan apa yang diperlihatkan kepada orang lain melalui media sosial. Generasi muda saat ini lebih suka makan dan nongkrong di *cafe* hanya untuk menikmati kopi, atau hang out bersama teman-temannya. Untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan, selalu diperlukan evaluasi kinerja mereka. Penilaian ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang ditawarkan dengan menetapkan harga yang wajar agar konsumen puas dan tidak beralih ke *cafe* lain.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis membuat identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Terjadi jumlah penurunan konsumen pada Shoom Coffee sehingga mempengaruhi kepuasan konsumen.
2. Adanya penurunan profit atau keuntungan akibat terjadinya penurunan jumlah konsumen di Shoom coffee.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis membuat suatu rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dari Shoom Coffee?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dari Shoom Coffee?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dari Shoom Coffee?

## 1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas dan untuk mencegah luasnya materi pembahasan maka perlu ada batasan jelas yaitu:

1. Penelitian hanya dilakukan di Shoom Coffee
2. Penelitian hanya mengukur hubungan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Shoom Coffee
3. Data yang diambil dari bulan Maret - Agustus 2022
4. Penelitian menggunakan metode empiris

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah:

1. Mengetahui bahwa harga berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan di Shoom Coffee.
2. Mengetahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan di Shoom Coffee.
3. Mengetahui bahwa harga dan kualitas secara simultan berpengaruh penting dalam kepuasan pelanggan di Shoom Coffee.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan memberikan gambaran mengenai pentingnya harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pasar globalisasi seperti sekarang ini, sehingga hasil penelitian dapat berguna bagi:

1. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini menambah pengetahuan serta mempelajari masalah - masalah yang berhubungan dengan harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan dari Shoom Coffee.

2. Bagi Praktisi

Diharapkan penelitian ini sebagai bahan masukan atau peningkatan untuk mempelajari masalah - masalah yang berhubungan dengan harga, daya saing, kualitas pelayanan, dan faktor terpenting dalam kepuasan konsumen.

3. Bagi Pihak Lain

Diharapkan penelitian ini dapat memperkaya bahan kepustakaan dan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu manajemen khususnya bidang manajemen pemasaran yang dapat ditindak lanjuti baik untuk mahasiswa/mahasiswi maupun pada masyarakat umumnya.

## **1.7 Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian dalam penulisan ini adalah Shoom Coffee yang terletak di JL. P Bali Raya No 68 Perumnas 3 Kota Bekasi. Waktu penelitian tanggal 10 September s/d 10 Oktober 2022.



## 1.8 Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada pengumpulan data selama penelitian adalah sebagai berikut:

### 1. Metode Observasi

Penulis mencari data dengan melihat langsung ke lapangan untuk mengetahui kepuasan konsumen sehingga dapat dijadikan landasan atau latar belakang masalah yang akan diangkat menjadi penelitian ini dan mendapatkan hasil.

### 2. Metode Wawancara

Penulis melakukan wawancara secara langsung kepada pelanggan di Shoom Coffee

### 3. Metode Studi Literatur

Penulis mengumpulkan data melalui beberapa referensi *e-book*, perusahaan, dan jurnal penelitian sebelumnya dengan metode *Service Quality (SERVQUAL)*

## 1.9 Sistematika Penulisan

Untuk bisa menaruh pembahasan yg jelas dan supaya bisa melakukan analisa yg baik, maka dipakai sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian relevan dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Berisi mengenai menyebutkan tinjauan pustaka yang berisikan teori-teori dan pemikiran yg dipakai menjadi landasan pemecahan masalah.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Berisi mengenai menyebutkan jenis penelitian, teknik pengumpulan data dan kerangka penelitian.

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Berisi mengenai analisis data penelitian menggunakan memakai teori-teori yang sudah dituangkan pada bagian teori & tinjauan umum.

## **BAB V PENUTUP**

Berisi mengenai kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan wajib menjawab perkara yang diangkat pada penelitian dan saran digunakan untuk rekomendasi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

