

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan bisnis merupakan fenomena yang sangat menarik untuk diteliti, terlebih di era globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin terbuka. Hal ini turut membuka peluang bagi setiap perusahaan untuk berkompetisi menjangkau konsumen. Perusahaan dituntut bekerja keras untuk memberikan barang atau jasa yang terbaik untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan yang sesuai dengan harapan konsumen. Persaingan bisnis di Indonesia, tidak terlepas dari campur tangan pariwisata, karena di Indonesia sendiri memiliki banyak kota atau daerah wisata. Potensi wisata suatu daerah atau kota menjadi faktor penting dalam perekonomian daerah atau kota itu sendiri, sehingga persaingan bagi setiap perusahaan penyedia barang atau jasa dan masyarakat berusaha untuk mendapatkan ekonomi yang lebih baik melalui perkembangan pariwisata.

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang menjadi pilihan destinasi untuk berwisata. Letak wilayahnya yang cukup strategis 140 Km sebelah tenggara Jakarta menjadikan Kota Bandung pilihan destinasi wisata yang menarik untuk dikunjungi oleh para wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Pada tahun 1920-an Kota Bandung mendapat julukan *Paris van Java*. Julukan ini diperkenalkan oleh warga Eropa yang bermukim di Kota Bandung. Julukan ini semakin lama semakin dikenal oleh banyak orang yang beranggapan bahwa Kota Bandung merupakan kota *Fashion* seperti Paris, sehingga julukan ini mengundang

perhatian para wisatawan lokal maupun mancanegara untuk berkunjung ke Kota Bandung. Selain di kenal dengan *Paris Van Java*, Kota Bandung juga dikenal sebagai Kota Kembang. Julukan ini mengisyaratkan bahwa Kota Bandung merupakan kota yang indah dan sejuk. Keindahan Bandung diisyaratkan seperti bunga, sedangkan kesejukan kota Bandung disebabkan karena banyaknya pepohonan yang tumbuh di Kota Bandung. Kesejukan dan keindahan alam Kota Bandung salah satunya lembang menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan untuk berkunjung ke Kota Bandung.

Wisata kuliner tidak kalah ramainya dengan wisata lain yang ada di Kota Bandung. Berbagai macam inovasi dan keratifitas olahan makanan di Kota Bandung sudah tidak diragukan lagi. Kota Ini menawarkan beraneka ragam olahan makanan yang mempunyai cita rasa tradisional maupun internasional. Keaneka ragaman dan keunikan cita rasa kuliner di Kota Bandung menjadi daya tarik tersendiri untuk mengundang para wisatawan baik lokal maupun mancanegara untuk berkunjung ke Kota Bandung. Berikut jumlah kunjungan wisatawan lokal dan mancanegara yang berkunjung ke Kota Bandung berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung pada tahun 2010-2014.

Table 1.1
Jumlah Wisatawan Lokal dan Mancanegara
di Kota Bandung Tahun 2010-2014

Tahun	Wisatawan Lokal	Wisatawan Mancanegara	Jumlah
2010	3.024.666	180.603	3.205.269
2011	3.882.010	194.062	4.070.072
2012	3.354.857	158.848	3.513.705
2013	3.726.447	170.982	3.897.429
2014	4.242.294	176.487	4.418.781

Sumber : Bandungkota.bps.go.id

Berdasarkan Tabel 1.1 penulis mendapatkan informasi mengenai jumlah wisatawan kota Bandung yang mengalami fluktuatif dan cenderung meningkat. Pada wisatawan lokal mengalami peningkatan dari tahun 2010 sampai tahun 2011. Tetapi, dari tahun 2011 ke tahun 2012 mengalami penurunan dan jumlah wisatawan kembali meningkat pada tahun 2013 sampai tahun 2014. Pada wisatawan mancanegara dari tahun 2011 ke tahun 2012 mengalami penurunan. Namun, jumlah wisatawan kembali meningkat pada tahun 2013 sampai tahun 2014. Berdasarkan kenyataan diatas, peneliti meyakini bahwa kota bandung masih menjadi destinasi pilihan para wisatawan mancanegara untuk berkunjung dan berwisata ke kota bandung. Berdasarkan data tersebut, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa jumlah wisatawan baik lokal maupun mancanegara mengalami fluktuatif namun cenderung meningkat setiap tahunnya. Tabel 1.2 dibawah ini menunjukkan peramalan atau perkiraan jumlah wisatawan baik lokal maupun mancanegara 5 tahun kedepan.

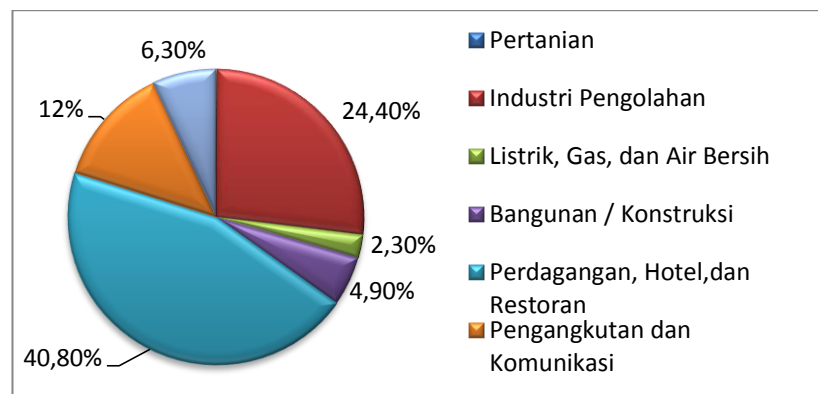
Tabel 1.2
Perkiraan Jumlah Wisatawan Ke kota Bandung
Tahun 2015-2019

Tahun	Jumlah Wisatawan (orang)	Presentase Kenaikan
2015	4.497.367	1,78 %
2016	4.772.805	6,12%
2017	4.948.805	3,70%
2018	5.173.681	3,82%
2019	5.399.119	4,36%

Sumber : Hasil pengolahan penulis, 2016

Berdasarkan Tabel 1.2 hasil pengolahan penulis mengenai perkiraan atau peramalan jumlah wisatawan baik lokal maupun mancanegara 5 tahun mendatang mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Jumlah kunjungan wisatawan lokal maupun mancanegara yang cenderung meningkat disertai dengan perkiraan wisatawan yang akan terus meningkat selama 5 tahun mendatang tentunya menjadi peluang bagi para pebisnis untuk mendirikan berbagai macam usaha. Pebisnis berlomba-lomba untuk menciptakan berbagai inovasi-inovasi dan ide-ide yang baru untuk menarik konsumen. Hal ini tentunya berdampak pada laju pertumbuhan ekonomi yang semakin pesat dan berdampak pula pada kehidupan manusia terutama dunia usaha saat ini. Berikut kontribusi laju pertumbuhan ekonomi Kota Bandung pada tahun 2010-2014.



Gambar 1.1
Kontribusi Berbagai Sektor Bagi Perekonomian Kota Bandung
Tahun 2010-2014

Sumber : Rancangan Pembangunan Kota Bandung 2014-2018
(perpustakaan.bappenas.go.id)

Berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan beberapa sektor yang mempunyai kontribusi terhadap perekonomian Kota Bandung. Kontribusi yang paling besar disumbangkan oleh sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran dengan presentasi sebesar 40,80%. Tentu tidak mengherankan jika sektor ini menjadi sektor yang mempunyai kontribusi paling besar karena telah dibahas sebelumnya bahwa Kota Bandung merupakan salah satu tempat destinasi wisata yang menarik untuk di kunjungi para wisatawan yang diperkuat dengan jumlah wisatawan lokal dan

mancanegara yang cenderung meningkat meningkat setiap tahunnya. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan menjadi peluang yang bagus untuk para pebisnis terutama dibidang jasa. Berbagai usaha jasa untuk memfasilitasi, melengkapi dan menunjang liburan para wisatawan selama berada di Kota Bandung menjadi prospek bisnis yang cukup menguntungkan.

Penyumbang terbesar kedua dalam laju pertumbuhan ekonomi Kota Bandung adalah sektor industri pengolahan dengan presentasi sebesar 24,40 %. Sektor berikutnya penyumbang laju pertumbuhan ekonomi Kota Bandung yang menduduki posisi ketiga adalah sektor pengangkutan dan komunikasi dengan presentasi sebesar 12%. Lalu disusul dengan kontribusi sektor pertanian dengan presentasi sebesar 6,30%. Selanjutnya kontribusi sektor yang terendah dalam laju pertumbuhan ekonomi berada pada sektor bangunan atau kontruksi dengan presentasi sebesar 4,90% dan sektor listrik, gas dan air bersih dengan presentasi sebesar 2,30%.

Pertumbuhan bisnis makanan dan minuman masih tercatat sebagai pertumbuhan yang tinggi saat ini. Berbagai tempat bisnis makanan dan minuman menawarkan produknya dalam berbagai banyak bentuk yang bermunculan. Mulai dari yang sederhana hingga yang mewah, dan umumnya berlokasi di daerah-daerah yang strategis. Hal ini disebabkan karena makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh semua orang. *Café and resto* merupakan usaha jasa dan makanan dan minuman hal ini dijelaskan pada **UU 10/2009** disebutkan “bahwa yang dimaksud dengan usaha jasa makanan minuman adalah usaha jasa penyediaan makanan dan minuman

yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan dapat berupa restoran, *café*, jasa boga, dan bar/kedai minum”.

Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor **PM.87/HK.501/MKP2010** tentang tata cara pendaftaran usaha jasa makanan dan minuman, memberikan definisi bahwa restoran dan *café* adalah usaha penyedia makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan penyimpanan dan/atau penyajiannya, didalam satu tempat yang tidak berpindah-pindah. Sesuai dengan penjelasan UU dan peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata dapat disimpulkan bahwa *café and resto* adalah bisnis jasa yang memuai unsur *tangible* dan *intangible*. Berikut perkembangan industri Kafe sebagai penyedia makanan dan minuman di Kota Bandung dari tahun 2010 sampai tahun 2014.

Tabel 1.3
Jumlah Industri Kafe dan Resto di Kota Bandung
Tahun 2010-2014

Tahun	Jumlah Kafe	Persentase Kenaikan
2010	191	2,68%
2011	196	2,61%
2012	235	19,89%
2013	432	49,8%
2014	653	51,2%

Sumber : Kota Bandung Dalam Angka, 2015 (Bandungkota.bps.go.id)

Berdasarkan Tabel 1.3 menunjukkan perkembangan industri kafe dan resto di Kota Bandung dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2014. Pada tahun 2010 jumlah kafe yang ada di Bandung berjumlah paling sedikit dibanding dengan tahun mendatang. Pada tahun 2010, hanya terdapat 191 kafe yang berada di Kota Bandung dengan persentase kenaikan sebesar 2,68%. Pada tahun 2011 jumlah

kafe di Kota Bandung terlihat meningkat namun peningkatan tersebut tidak signifikan karena hanya mengalami peningkatan sebesar 2,61% sehingga pada tahun 2011 jumlah kafe yang ada di Bandung bertambah sebanyak 196 kafe. Pada tahun 2012, peningkatan jumlah kafe mulai menunjukkan kenaikan yang cukup signifikan yakni mengalami peningkatan persentase sebesar 19,89% sehingga peningkatan jumlah kafe di Kota Bandung bertambah menjadi sebanyak 235 kafe. Peningkatan yang cukup signifikan terjadi pada tahun 2013, dimana persentase peningkatan jumlah kafe mencapai 49,8 %, peningkatan jumlah kafe pada tahun 2013 di Kota Bandung bertambah menjadi sebanyak 432 kafe. Peningkatan tertinggi jumlah kafe yang ada di Kota Bandung terjadi pada tahun 2014 dengan peningkatan presentase yang paling besar dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Presentasi kenaikan jumlah kafe sebesar 51,2% dengan jumlah kafe bertambah menjadi sebanyak 653 kafe. Berdasarkan data diatas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa industri Kafe dan Resto setiap tahunnya mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Tabel 1.4 dibawah ini menunjukkan peramalan dan atau perkiraan jumlah wisatawan baik lokal maupun mancanegara 5 tahun mendatang.

Tabel 1.4
Proyeksi Jumlah Industri Kafe dan Resto di Kota Bandung
Tahun 2015-2019

Tahun	Jumlah Kafe dan Resto	Presentase Kenaikan
2015	689	5,5%
2016	805	16,83%
2017	921	14,40%
2018	1037	12,60%
2019	1153	11,20%

Sumber : hasil pengolahan penulis, 2016

Berdasarkan Tabel 1.4 hasil pengolahan penulis mengenai perkiraan atau peramalan jumlah kafe dan resto di Kota Bandung 5 tahun mendatang menunjukkan bahwa jumlah kafe setiap tahunnya akan terus mengalami peningkatan. Peningkatan yang signifikan diperkirakan akan terjadi pada tahun 2016 dengan pencapaian presentase sebesar 16,83%.

Jumlah kafe yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun disertai dengan perkiraan industri kafe dan resto 5 tahun mendatang yang akan mengalami peningkatan tentu menjadi perhatian bagi para pebisnis kuliner di Kota Bandung. Hal ini mengindikasikan bahwa berbisnis di dunia kuliner menjadi prospek usaha yang bagus di Kota Bandung. Semakin meningkatnya jumlah industri kafe dan resto menjadi pekerjaan rumah bagi para pebisnis kuliner agar mampu bersaing agar mampu bertahan di pasaran. Pebisnis harus benar-benar memperhatikan faktor-faktor terpenting yang dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Untuk menciptakan kepuasan konsumen, para pebisnis memerlukan berbagai perubahan dalam segala bidang, salah satunya adalah bidang pemasaran. Pemasaran merupakan salah satu bidang yang krusial dalam mengungguli persaingan yang semakin ketat, kesuksesan finansial suatu perusahaan sangatlah bergantung pada kemampuan pemasarannya. Seorang pemasar di dalam sebuah perusahaan harus mampu menerapkan konsep pemasaran yang modern dengan berorientasi pasar. Seorang pemasar harus benar-benar memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumennya agar tercipta kepuasan dari konsumennya.

Kafe Instamie yang berlokasi di Jl. Tamansari Bandung merupakan salah satu kafe yang ikut meramaikan industri kuliner di Kota Bandung. Kafe Instamie

menyediakan berbagai produk makanan yang bervariasi., Kafe Instamie menyediakan makanan dengan citarasa western seperti Rice Bowl. Produk yang menjadi unggulan Kafe Instamie yaitu produk makanan yang berbahan dasar Mie. Berbagai produk dengan bahan dasar mie banyak disediakan oleh Kafe Instamie, salah satunya adalah Tom Yum. Tom Yum di Kafe Instamie memiliki rasa yang unik dan berbeda dengan Tom Yum di tempat lain. Berikut daftar menu dan harga makanan dan minuman yang ada di Kafe Instamie.

Tabel 1.5
Daftar Menu dan Harga di Kafe Instamie

No	Makanan dan Minuman	Harga (Rp)
1	Burger dan Pizza	Rp. 16.500 – Rp. 28.000
2	Mie Instan	Rp. 13.000 – Rp. 26.000
3	Rice Bowl	Rp. 21.000
4	Nasi Goreng	Rp. 16.500 – Rp. 21.000
5	Hotpan	Rp. 26.000
6	Snack dan Roti Bakar	Rp. 13.500 – Rp. 35.000
7	Dessert	Rp. 17.500 – Rp. 25.000
8	Minuman fresh	Rp. 13.500 – Rp. 22.000
9	Cappucino dan Ice Blended	Rp. 18.000 – Rp. 26.000
10	Coffee	Rp. 12.000 – Rp. 18.500

Sumber : Kafe Instamie, 2016

Berdasarkan tabel 1.5 menunjukkan daftar menu makanan dan minuman beserta harga yang ditetapkan oleh Kafe instamie. Seiring dengan berkembangnya bisnis Kafe Instamie dengan produk unggulan berbahan dasar

mie, belum tentu tidak mempunyai pesaing. Saat ini banyak kafe-kafe sejenis yang bermunculan. Hal tersebut tentu menjadi ancaman tersendiri bagi Kafe Instamie Bandung dalam kelangsungan usahanya. Dibutuhkan strategi-strategi pemasaran yang baik agar dapat bersaing dengan pebisnis kuliner lain agar mampu bertahan di pasaran. Berikut Kafe-kafe sejenis yang ada di Kota Bandung.

Tabel 1.6
Kafe Sejenis di Kota Bandung

Nama Kafe	Alamat
UP Normal	Jl.Cihampelas No 56A
Segood	Jl. Cihampelas No 103
Caffe D' Cubes	Jl. Dipatiukur no 105A Bandung
Mie Siga Pisan	Jl. PHH Mustofa No. 100 Bandung
What's Up Cafe	Jl. Burangrang No. 37Lengkong,

Sumber: Hasil Pengolahan Penulis, 2016

Berdasarkan Tabel 1.6 menunjukkan beberapa kafe sejenis yang ada di Kota Bandung. Kafe - kafe di atas menyediakan produk yang sama terutama produk berbahan dasar mie dengan Kafe Instamie. Namun, dapat dibedakan dari beberapa pesaing tersebut mengenai varian rasa dari produk makanan dan minuman yang disediakan oleh Kafe Instamie serta topping yang bermacam-macam seperti keju, kornet dan smoked beef. Rasa dari makanan dan minuman yang cukup enak membuat Kafe Instamie mulai digemari oleh orang muda hingga dewasa. Namun, semakin ketatnya iklim persaingan menyebabkan Kafe Instamie Bandung harus berusaha keras untuk tetap dapat bertahan dengan cara terus melakukan beberapa perbaikan baik dari produk, harga, tempat, promosi, orang, dan proses untuk menarik konsumen. Banyaknya usaha sejenis yang

menyebabkan persaingan antar kafe yang semakin ketat menjadi ketertarikan sendiri bagi penulis untuk melakukan wawancara kepada supervisor Kafe Instamie mengenai jumlah konsumen yang berkunjung ke Kafe Instamie selama 3 Triwulan Tahun 2016. Berikut perkembangan jumlah pengunjung Kafe Instamie hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada Supervisor Kafe Instamie.

Tabel 1.7
Jumlah Pengunjung Kafe Instamie 3 Triwulan Tahun 2016

Triwulan	Bulan	Jumlah Pengunjung	Progres
Triwulan 1	Januari	3500	-
	Februari	4000	+0,14%
	Maret	3253	- 0,18 %
Triwulan 2	April	3675	+0,12 %
	Mei	3150	-0,14 %
	Juni	3300	+0,04%
Triwulan 3	Juli	3174	-0, 03%
	Agustus	2673	-0,15%
	September	2334	-0,12%

Sumber : Kafe Instamie

Berdasarkan 1.7 menunjukkan perkembangan jumlah pengunjung Kafe Instamie. Pada triwulan ke-1, dari bulan Januari sampai bulan Februari jumlah pengunjung mengalami peningkatan sebanyak 500 orang. Namun pada bulan Maret jumlah pengunjung mengalami penurunan sebanyak 747 orang dari bulan sebelumnya. Pada triwulan Ke-2, jumlah pengunjung Kafe Instamie dari bulan April ke Mei mengalami penurunan sebanyak 525 orang. Namun pada bulan Juni jumlah pengunjung Kafe Instamie mengalami peningkatan kembali dari bulan sebelumnya sebanyak 150 orang. Selanjutnya pada triwulan ke-3 Kafe Instamie selama 3 bulan berturut-turut terus mengalami penurunan jumlah pengunjung. Dari bulan Juni ke Juli terjadi penurunan pengunjung sebanyak 126 orang. Dari

bulan Juli ke Agustus terjadi penurunan jumlah pengunjung sebanyak 501 orang, dan hal yang sama juga terjadi pada bulan September yang mengalami penurunan jumlah pengunjung dari bulan bulan sebelumnya sebanyak 339 orang. Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dapat disimpulkan bahwa pada triwulan ke -1 dan ke -2 jumlah pengunjung Kafe Instamie cenderung mengalami fluktuatif, sedangkan pada triwulan ke -3 jumlah pengunjung Kafe Instamie cenderung menurun. Selain data jumlah pengunjung Kafe Instamie, penulis juga mendapat data penjualan Kafe Instamie. Data ini di dapat dari hasil wawancara penulis kepada supervisor Kafe Instamie. Berikut tabel data penjualan Kafe Instamie.

Tabel 1.8
Data Penjualan Kafe Instamie
3 Triwulan Tahun 2016

Triwulan	Bulan	Pendapatan / Per bulan	Keterangan
Triwulan 1	Januari	Rp. 175.000.000	-
	Februari	Rp. 183.000.000	(+) Rp. 8.000.000
	Maret	Rp. 165.500.000	(-) Rp 17.500.000
Triwulan	April	Rp. 178.000.000	(+) Rp. 12.500.000
	Mei	Rp. 172.000.000	(-) Rp. 6.000.000
	Juni	Rp. 187.000.000	(+) Rp. 15.000.000
Triwulan	Juli	Rp. 182.000.000	(-) Rp. 5.000.000
	Agustus	Rp.168.000.000	(-) Rp. 14.000.000
	September	Rp. 153.000.000	(-) Rp. 15.000.000

Sumber : Kafe Instamie,2016

Berdasarkan Tabel 1.8 menunjukkan bahwa pada triwulan ke -1, pendapatan Kafe Instamie mengalami fluktuatif. Pada bulan Februari pendapatan Kafe Instamie mengalami peningkatan dari bulan sebelumnya sebesar Rp. 8.000.000,-. Namun pada bulan Maret pendapatan Kafe Instamie mengalami penurunan pendapatan sebesar Rp. 17.500.000,- dari bulan sebelumnya.

Selanjutnya pada triwulan ke -2, di bulan April Kafe Instamie mengalami peningkatan pendapatan sebesar Rp. 12.500.000,-. Namun pada bulan Mei pendapatan Kafe Instamie mengalami penurunan sebesar Rp. 6.000.000,- dari bulan sebelumnya dan pada bulan Juni pendapatan kembali meningkat sebesar Rp 15.000.000,-. Selanjutnya pada triwulan ke -3, pendapatan Kafe Instamie pada bulan Juli mengalami penurunan pendapatan sebesar Rp. 5.000.000,-. Hal yang sama juga terjadi pada bulan Agustus terjadi penurunan sebesar Rp. 14.000.000,- dan September juga mengalami penurunan pendapatan. Sebesar Rp. 15.000.000,-. Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan, maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan Kafe Instamie selama 3 Triwulan tahun 2016 mengalami fluktuatif dan cenderung menurun. Selain penjualan yang fluktuatif Kafe Instamie pun mempunyai beberapa keluhan dari konsumen. Tabel dibawah ini menunjukkan berbagai keluhan-keluhan yang dirasakan konsumen Kafe Instamie.

Tabel 1.9
Keluhan Konsumen pada Kafe Instamie
Periode Juni-September 2016

No	Keluhan	Jumlah
1	Harga menjadi lebih mahal	28
2	Tidak tersedia kursi sandar di dalam kafe	12
3	proses penyajian produk yang dipesan lama	19
4	Area parkir kurang memadai	15
5	Minuman es kurang dingin	9
6	Kebersihan toilet kurang terjaga	10

Sumber : Kafe Instamie, 2016

Berdasarkan Tabel 1.9 menunjukkan adanya beberapa keluhan konsumen terhadap Kafe Instamie. Konsumen mengeluhkan harga yang relatif mahal namun tidak sesuai dengan kualitas yang dirasakan konsumen. Selain itu fasilitas seperti kursi yang dinilai kurang lengkap yaitu tidak adanya kursi sandar di Kafe Instamie

menyebabkan konsumen merasa kurang nyaman dan kurang merasa santai berada di Kafe Instamie. Konsumen Kafe Instamie juga mengeluhkan lamanya penyajian makanan dan minuman yang dipesan konsumen, hal ini sangat membuat konsumen merasa kecewa dan kesal karena harus menunggu hidangan makanan dan minuman dalam waktu yang lama. Selain itu tempat parkir yang tidak luas juga membuat konsumen Kafe Instamie merasa kurang nyaman, terkadang konsumen tidak jadi membeli atau masuk ke Kafe Instamie karena lahan parkir yang sempit.

Berkaitan dengan fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pendahuluan dengan menyebarkan kuisioner kepada konsumen Kafe Instamie sebanyak 30 responden. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang ada secara lebih spesifik tentang faktor yang menyebabkan menurunnya jumlah pengunjung dan penjualan Kafe Instamie. Dibawah ini merupakan hasil dari penelitian pendahuluan yang dilakukan oleh penulis mengenai kepuasan konsumen pada Kafe Instamie.

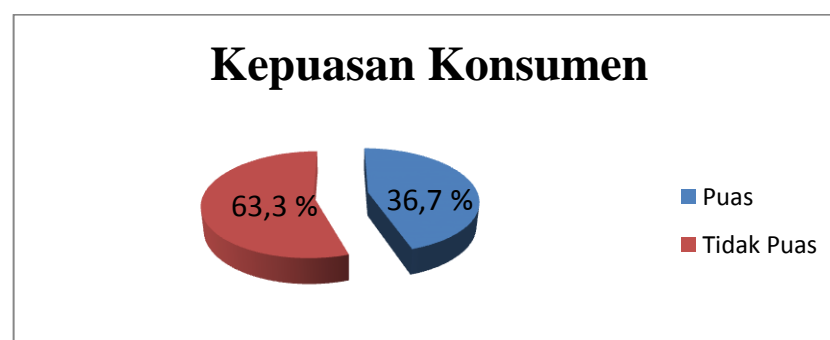
Table 1.10
Hasil Penelitian pendahuluan Mengenai Kepuasan Konsumen
Pada Kafe Instamie

DIMENSI	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN					
		SS	S	KS	TS	STS	TOTAL
kepuasan	saya merasa sangat puas datang ke Kafe Instamie	3	8	14	3	2	30
	Saya merasa sangat puas atas pelayanan Kafe Instamie	3	11	13	2	1	30

Sumber : Hasil pengolahan penulis, 2016

Berdasarkan Tabel 1.10 mengenai kepuasan konsumen pada Kafe Instamie menyatakan bahwa dari 30 responden,. Sebanyak 3 orang menyatakan sangat

setuju, 8 orang dan Sebanyak 14 orang menyatakan Kurang setuju bahwa konsumen merasa puas datang ke Kafe Instamie. Sementara, 3 orang menyatakan tidak setuju dan 2 orang menyatakan sangat tidak setuju bahwa mereka merasa puas datang ke Kafe Instamie . selanjutnya sebanyak 3 orang menyatakan sangat setuju, 11 orang menyatakan setuju dan 13 orang menyatakan Kurang setuju bahwa konsumen merasa puas atas pelayanan di Kafe Instamie. Sedangkan sebanyak 2 orang menyatakan tidak setuju dan 1 orang menyatakan tidak setuju bahwa konsumen merasa puas atas pelayanan di Kafe Instamie. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa masih ada konsumen yang merasa tidak puas pada Kafe Instamie. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar 1.2 yang menunjukkan presentase konsumen yang puas dan tidak puas konsumen pada Kafe Instamie.



Gambar 1.2
Hasil Penelitian pendahuluan Mengenai Kepuasan Konsumen
Pada Kafe Instamie

Sumber: Hasil Pengolahan Penulis,2016

Berdasarkan Gambar 1.2 mengenai kepuasan konsumen pada Kafe Instamie menyatakan bahwa dari 30 responden, sebanyak 36,7% konsumen menyatakan merasa puas datang ke Kafe Instamie. Sebanyak 3 orang (10%) menyatakan sangat setuju dan 8 orang (26,7%) menyatakan setuju. Sementara

sebanyak 63,3% menyatakan bahwa konsumen merasa tidak puas datang ke Kafe Instamie. Sebanyak 14 orang (46,7%) menyatakan Kurang setuju, 3 orang (10%) menyatakan tidak setuju dan 2 orang (6,7%) menyatakan sangat tidak setuju. Maka penulis dapat menyimpulkan bahwa kepuasan konsumen terhadap Kafe Instamie masih sangat rendah karena hasil dari penelitian terdahulu menunjukkan presentase konsumen yang tidak puas lebih besar dari konsumen yang puas.

Kepuasan menjadi prioritas utama bagi konsumen dan perusahaan. Konsumen selalu ingin merasakan kepuasan dari produk yang ia beli begitupun dengan perusahaan ingin memberikan kepuasan kepada konsumen agar konsumen tetap membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Kepuasan konsumen sangat berpengaruh bagi keberlangsungan, perkembangan dan kesuksesan perusahaan itu sendiri sehingga saat ini banyak perusahaan yang memahami arti penting dari kepuasan dan berusaha untuk menerapkan strategi-strategi pemasaran yang baik dan tepat guna memperoleh kepuasan dari konsumennya.

Kepuasan konsumen berkontribusi besar pada sejumlah aspek krusial seperti terciptanya loyalitas konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, terciptanya reputasi perusahaan yang baik yang baik apabila konsumen merasa puas dan berkurangnya elastisitas harga. Disamping itu, kepuasan juga merupakan salah satu indikator yang penting untuk keberlangsungan perusahaan di masa depan. Apabila konsumen merasa puas banyak keuntungan-keuntungan yang akan didapatkan oleh perusahaan karena konsumen yang merasa puas biasanya akan melukan pembelian ulang, merekomendasikan produk atau jasa yang dibelinya kepada oranglain, dan

membeli lini produk yang lain. Berbeda halnya dengan konsumen yang merasa tidak puas, biasanya konsumen akan mempertimbangkan untuk membeli kembali produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan pada fenomena rendahnya kepuasan konsumen terhadap Kafe Instamie, maka penulis melakukan penelitian pendahuluan kepada konsumen Kafe Instamie sebanyak 30 responden untuk mengetahui faktor dominan apa saja yang mempengaruhi ketidakpuasan konsumen terhadap Kafe Instamie. Berikut hasil penelitian pendahuluan yang dilakukan penulis kepada konsumen Kafe Instamie.

Tabel 1.11
Hasil Penelitian pendahuluan Mengenai Faktor-faktor yang Mempengaruhi
Kepuasan Konsumen Pada Kafe Instamie

DIMENSI	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN					
		SS	S	KS	TS	STS	TOTAL
Produk	Produk jasa yang ditawarkan sangat beranekaragam	4	20	6	0	0	30
	Produk jasa yang ditawarkan sangat menarik perhatian anda	3	16	10	1	0	30
Harga	Produk jasa yang ditawarkan sangat terjangkau	3	7	18	2	0	30
	Harga produk jasa sangat sesuai dengan kualitasnya	3	10	14	3	0	30
Tempat	Lokasi Kafe sangat startegis	8	13	7	2	0	30
	Tempat Kafe sangat nyaman	3	15	11	0	1	30
Promosi	Media promosi (Brosur, Baligho, Media Sosial) sangat menarik	8	12	7	3	0	30
	Informasi tentang Kafe Instamie sangat menarik perhatian anda	5	14	8	2	1	30
Orang	Pelayan Kafe sangat sopan	3	13	9	3	2	30
Proses	Penyajian produk jasa yang dipesan sangat cepat	3	8	12	5	2	30
	Pemesanan produk jasa di Kafe Instamie sangat mudah dilakukan	2	14	11	2	1	30

DIMENSI	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN					
		SS	S	KS	TS	STS	TOTAL
Fasilitas Fisik	Tempat parkir di Kafe Instamie Bandung sangat luas	5	10	10	5	0	30
	Desain interior Kafe Instamie Bandung sangat menarik	6	10	9	5	0	30
	Tempat duduk di Kafe Instamie Bandung sangat mencukupi	5	13	9	3	0	30

Sumber : Hasil Pengolahan Penulis, 2016

Berdasarkan Tabel 1.11 hasil penelitian pendahuluan yang dilakukan kepada konsumen Kafe Instamie menunjukkan ada beberapa dimensi yang diduga menjadi faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap Kafe Instamie.

Faktor dominan pertama yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu harga. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan kepada 30 responden, sebanyak 3 orang (10%) menyatakan sangat setuju, 7 orang (23,3%) menyatakan setuju dan 18 orang (60%) menyatakan kurang setuju bahwa harga produk di Kafe Instamie sangat terjangkau. Sedangkan sebanyak 2 orang (6,7%) menyatakan tidak setuju yang berarti bahwa harga yang ditawarkan Kafe Instamie relatif mahal atau tidak terjangkau. Berdasarkan data tersebut dapat diartikan bahwa harga yang mahal namun tidak sesuai dengan kualitas atau manfaat yang diterima menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi rendahnya kepuasan konsumen pada Kafe Instamie.

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka perusahaan harus mampu menetapkan harga yang tepat dan pantas

pada produk atau jasa yang dijualnya. Harga seringkali dianggap sebagai gambaran dari kualitas suatu barang atau jasa sehingga konsumen seringkali mengharapkan kualitas yang sesuai dengan jumlah uang yang dikorbankannya. Kepuasan konsumen salah satunya dipengaruhi oleh harga, oleh karena itu perusahaan harus benar-benar memperhatikan faktor harga. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Johanes Gerardo Runtuwuu (2014) yang menyatakan bahwa harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Faktor dominan kedua yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap Kafe Instamie yaitu proses. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan yang dilakukan oleh penulis kepada 30 responden. Sebanyak 3 orang (10%) menyatakan sangat setuju, 8 orang (26,7%) menyatakan setuju dan 11 orang (36,7%) menyatakan kurang setuju bahwa penyajian produk di Kafe Instamie sangat cepat. Sedangkan sebanyak 5 orang (16,7%) menyatakan tidak setuju dan 2 orang (6,7%) menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan yang telah dilakukan, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa proses dalam penyajian produk jasa yang kurang cepat menjadi faktor yang mempengaruhi rendahnya kepuasan konsumen pada Kafe Instamie.

Proses jasa merupakan faktor utama yang harus menjadi perhatian bagi setiap perusahaan yang bergerak di bidang jasa, dimana proses jasa ini akan menjadi penunjang dalam memberikan persepsi yang baik kepada para pelanggan dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan bagi konsumen. Proses mempunyai pengaruh yang kuat terhadap kepuasan konsumen, hal ini diperkuat

dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizka Khoirur Rohmah (2013) yang menyatakan bahwa bauran pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, khususnya variabel proses yang merupakan bagian dari bauran pemasaran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan fenomena-fenomena dan permasalahan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian sebagai bahan skripsi dengan judul *“Pengaruh Harga dan Proses Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kafe Instamie (Survey Pada Konsumen Kafe Instamie Jl. Tamansari No 15 Bandung)”*.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah Penelitian

Identifikasi masalah dan rumusan masalah dalam penelitian ini diajukan untuk merumuskan dan menjelaskan mengenai permasalahan yang ada di dalam penelitian. Permasalahan dalam penelitian ini meliputi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Kafe Instamie.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang mengenai fenomena kepuasan konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Kafe Instamie Bandung melalui hasil penelitian pendahuluan, maka peneliti melakukan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Jumlah Kafe di Kota Bandung semakin meningkat
2. Terdapat beberapa kafe yang sejenis sehingga menambah persaingan yang semakin ketat.
3. Berdasarkan hasil wawancara Jumlah pengunjung Kafe Instamie pada Triwulan ke -1 dan Triwulan ke -2 tahun 2016 mengalami fluktuatif dan pada Triwulan ke -3 tahun 2016 mengalami penurunan.
4. Berdasarkan hasil wawancara pendapatan Kafe Instamie pada Triwulan ke -1 dan Triwulan ke -2 tahun 2016 mengalami fluktuatif dan pada Triwulan ke -3 tahun 2016 mengalami penurunan.
5. Terdapat keluhan-keluhan dari konsumen terhadap Kafe Instamie.
6. Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa harga produk di Kafe Instamie dinilai kurang terjangkau.
7. Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa proses penyajian produk di Kafe Instamie dinilai lama.
8. Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terhadap Kafe Instamie masih rendah.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian maka penulis mengidentifikasi pokok pembahasan pada masalah :

1. Bagaimana tanggapan konsumen tentang harga pada Kafe Instamie.
2. Bagaimana tanggapan konsumen tentang proses jasa pada Kafe Instamie.
3. Bagaimana tanggapan konsumen tentang kepuasan pada Kafe Instamie.

4. Seberapa besar pengaruh harga dan proses jasa terhadap kepuasan konsumen Kafe Instamie baik secara parsial maupun simultan.

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian adalah untuk menganalisis, mengkaji dan mengetahui :

1. Tanggapan konsumen tentang harga pada Kafe Instamie.
2. Tanggapan konsumen tentang proses jasa pada Kafe Instamie.
3. Tanggapan konsumen tentang kepuasan pada Kafe Instamie.
4. Besarnya pengaruh harga dan proses jasa terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Instamie.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, terutama yang berhubungan dengan harga dan proses sehingga bisa menciptakan kepuasan bagi konsumennya.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembacanya yang terurai sebagai berikut :

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Bagi Penulis
 - a. Sebagai bahan pengalaman dan pembelajaran baru dalam bidang industri kuliner agar selanjutnya dapat memberikan pengetahuan

tambahan yang nantinya dapat digunakan oleh penulis dalam membuka industri dibidang kuliner.

- b. Menambah ilmu pengetahuan dan pemahaman yang belum pernah diperoleh peneliti dalam perkuliahan biasa dengan membandingkan teori dengan praktik dilapangan.
- c. Menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti tentang cara menyusun suatu penelitian.
- d. Menambah wawasan baru bagi peneliti mengenai sudut pandang industri kuliner berupa kafe yang telah ditunjukkan oleh teori atau konsep sebelumnya.

2. Bagi Pengembangan Ilmu Manajemen

- a. Penelitian ini dapat memberi referensi untuk manajemen pemasaran secara umum dan khususnya tentang pengaruh harga dan proses terhadap kepuasan konsumen.
- b. Sebagai bahan pengalaman dan pembelajaran dalam bidang industri kuliner agar selanjutnya dapat memberikan ilmu pengetahuan tambahan yang nantinya dapat digunakan oleh penulis untuk membuka bisnis atau usaha di bidang industri kuliner.

3. Bagi Peneliti Lain

- a. Sebagai bahan referensi bagi peneliti yang khususnya ingin meneliti faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen selain harga dan proses.

- b. Sebagai bahan perbandingan antara teori yang telah diperoleh saat perkuliahan dengan realitas yang ada.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Penulis

- a. Jika suatu saat penulis menjadi manajer perusahaan maka akan menjadi lebih tahu mengenai strategi penjualan, bagaimana mengatasi penjualan jika mengalami penurunan.
- b. Bagaimana cara mempertahankan dan meningkatkan penjualan perusahaan yang berkaitan dengan harga dan proses. Selain itu untuk menambah pengetahuan penulis mengenai harga dan proses serta pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.
- c. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi serta gambaran bagi penulis yang menjadi umpan balik yang berkaitan dengan adanya harga yang terjangkau dan proses pelayanan yang cepat terhadap apa yang menjadi kepuasan bagi konsumen.
- d. Peneliti memperoleh pengalaman praktis tentang penelitian, ditambah pengembangan wawasan kemampuan akademik dalam bidang manajemen pemasaran.

2. Bagi Peneliti Lain

- a. Penelitian dapat memberi sumbangan pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan mengenai pentingnya pengaruh harga dan proses terhadap kepuasan konsumen.

3. Bagi Pihak Lain

- a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi atau sumbangan pikiran yang bermanfaat bagi para pembaca yang akan mengadakan penelitian dibidang yang sama.
- b. Dengan penelitian ini diharapkan dapat membuka paradigma baru bagi pembaca mengenai harga dan proses terhadap kepuasan konsumen. Sebagai tambahan pengetahuan dan dapat menambah wawasan para pembaca maupun peneliti lain dan sebagai bahan perbandingan maupun bahan acuan dalam pembuatan penelitian.