

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Era globalisasi sekarang ini banyak memberikan perubahan dari berbagai aspek, diantaranya bisnis kuliner. Perkembangan bisnis kuliner beberapa tahun kebelakang ini semakin meningkat dan menjanjikan bagi pelaku usaha untuk mengembangkan terus usahanya. Jika suatu perusahaan ingin mendapatkan keuntungan, maka perusahaan atau pelaku bisnis tersebut harus melakukan berbagai upaya agar mencapai tujuan yang diharapkan. Semakin besarnya peluang dalam bisnis kuliner mendorong adanya persaingan ketat khususnya dalam meraih pangsa pasar.

Bandung, kota yang selalu dijuluki sebagai “Kota Kembang” ini memiliki segudang destinasi wisata, kuliner, budaya, dan adat istiadat. Keunikan yang Bandung miliki telah menjadi pusat perhatian masyarakat baik dari fasilitas kota, pelayanan publik, sejarah hingga kuliner. Kuliner yang disajikan sangatlah bervariasi sehingga membuat semua orang berlomba-lomba menjadi seorang pengusaha. Bandung memiliki daya tarik tersendiri dan tinggi terutama dibidang bisnis kuliner. Bandung akan menawarkan hidangan mulai dari tradisional hingga internasional. Seperti namanya, Kota Bandung dengan segudang kulinernya dapat memberikan kontribusi pada industri pariwisata daerah. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Deputi Riset, Edukasi dan Pengembangan Berkaf, Abdur Rohim Boy yang mengatakan bahwa Bandung menjadi rumah yang memiliki banyak aktivis kreatif untuk memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan ekonomi kota

(www.pikiranrakyat.com). Berikut ini data kontribusi subsektor industri kreatif di Bandung tahun 2019:

Tabel 1. Kontribusi Subsektor Industri di Kota Bandung Tahun 2019

No	Industri Kreatif	Persentase
1	Periklanan	1,23%
2	Arsitektur	1,23%
3	Pasar Barang Seni	1,23%
4	Kerajinan	20,85%
5	Kuliner	49,54%
6	Desain	1,23%
7	<i>Fashion</i>	23,00%
8	Video, Film, Fotografi	0,38%
9	Permainan Interaktif	1,23%
No	Industri Kreatif	Persentase
10	Musik	0,32%
11	Seni Pertunjukkan	1,11%
12	Penerbit dan Percetakan	2,93%
13	Layanan Komputer dan Perangkat Lunak	0,99%
14	Televisi dan Radio	0,43%

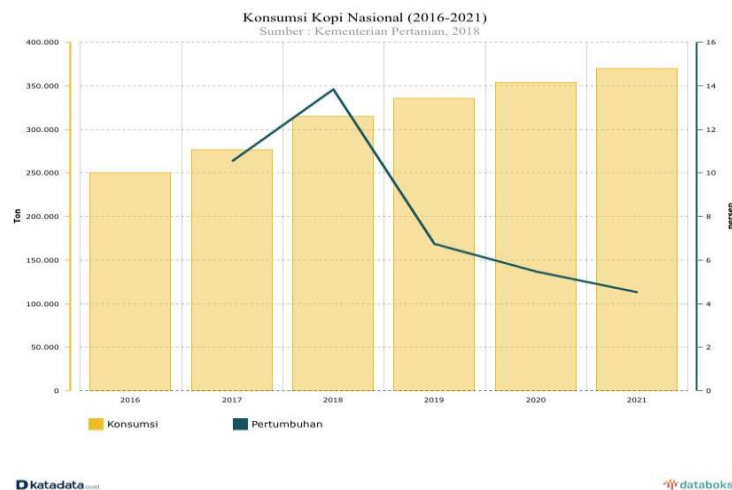
Sumber: www.bpsf.go.id

Berdasarkan tabel diatas, terdapat 14 subsektor yang telah ditetapkan oleh departemen perdagangan sebagai industri kreatif yang berkontribusi dalam perekonomian di Bandung tahun 2019. Hal ini menunjukkan, industri kreatif di Kota Bandung didominasi oleh industri kuliner.

Komoditas kopi merupakan komoditas perkebunan yang memiliki banyak penggemar dari segala kalangan, termasuk Indonesia. Hal ini ditunjukkan dengan adanya peningkatan konsumsi kopi di Indonesia yang cukup signifikan pada beberapa tahun terakhir. Berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian konsumsi kopi nasional pada 2016 mencapai sekitar 250 ribu ton dan tumbuh 10,54% menjadi 276 ribu ton. Konsumsi kopi Indonesia sepanjang periode 2016-2021 diprediksi tumbuh rata-rata 8,22%/tahun. Pada 2021, pasokan kopi diprediksi mencapai 795 ribu ton dengan konsumsi 370 ribu ton, sehingga

terjadi surplus 425 ribu ton. Sekitar 94,5% produksi kopi di Indonesia dipasok dari pengusaha kopi perkebunan rakyat. Adapun 81,87 produksi kopi nasional merupakan jenis robusta yang berasal dari sentra kopi di Sumatera Selatan, Lampung, Bengkulu, Jawa Timur dan Jawa Tengah (kata.data.co.id).

Saat ini, banyak nya kedai kopi sudah menjadi hal yang lumrah seperti yang bisa dikatakan oleh orang zaman sekarang yaitu *Coffee Shop*. Salah satu nya *coffee shop* yang ada di Kota Bandung sudah menjadi *trend centre* bagi kalangan manapun, karena tidak hanya sebagai tempat untuk menikmati kopi namun juga bagian dari gaya hidup, dimana *coffee shop* menjadi tempat berkumpul yang biasa disebut dengan nongkrong (*hangout*) yang banyak digemari banyak kalangan.



Gambar 1.1 Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021)

Di Bandung, trend perkembangan konsumennya yang stabil, *coffee shop* bukan lagi menjadi trend musiman saja. Data yang dihimpun lokadata dari hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan rata-rata konsumsi kopi per kapita penduduk Indonesia berkisar 1,25 kilogram per tahun per penduduk. Sejak tahun 2002 hingga saat ini, tidak mengalami fluktuasi naik ataupun turun. Tak heran bagi masyarakat Bandung selalu merasa kesulitan

untuk menentukan tempat yang terbaik untuk menikmati secangkir kopi di sore hari. Hal ini dikarenakan kedai kopi di Bandung mencapai 1539 gerai hingga tahun 2021 (opendata.jabarprov.go.id).

Kota Bandung bukan hanya terkenal sebagai surganya belanja *fashion* yang menyediakan aneka *factory outlet* saja, melainkan usaha *coffee shop* yang berkualitas dengan *trend* perkembangan konsumennya yang stabil. Penyebab perkembangan konsumen yang stabil ini salah satunya meningkatnya konsumen memilih minum kopi di *coffee shop* dan tidak lagi di rumah. *Coffee shop* di Bandung memiliki berbagai konsep yang berbeda-beda untuk menarik konsumen. Ini menjadi salah satu pemicu terjadinya persaingan bisnis, karena semakin banyaknya *coffee shop* yang di Bandung maka semakin besar persaingan-persaingan yang berdampak pada persaingan kualitas rasa atau pelayanan yang baik, sehingga para penyedia jasa *coffee shop* banyak bermunculan dengan ide-ide kreatif dan kualitas rasa kopi yang mampu menghipnotis konsumen salah satunya *Ssst coffee* yang ada di kawasan Buah Batu Bandung.

Ssst Coffee merupakan kedai kopi kecil yang berdiri pada tahun 2019 dan tumbuh menjadi salah satu brand yang cukup dikenal oleh masyarakat Bandung. Hal ini dilihat dari adanya beberapa *coffee shop* yang berada di kawasan Buah Batu Kota Bandung. Berikut data *coffee shop* terbaik di Buah Batu Kota Bandung sebagai berikut:

Tabel 1. 1 5 Coffe shop terbaik di Buah Batu Kota Bandung Menurut Pergikuliner.com

Nama Coffe Shop	Alamat	Rating
Kolaseu Koffie	Jl. Asmarandana No.15 C, Buah Batu, Bandung	4,43/5
Ssst Coffee	Jl. Kliningan II No.1, Buah Batu, Bandung	4,25/5
Dewaji Coffee	Jl. Suryalaya Tengah No.16, Buah Batu, Bandung	4,22/5
Raul Coffee	Jl. Asmarandana No.6 Buah Batu, Bandung	4,12/5
Armenti Coffee	Jl. Reog No. 6A, Buah Batu, Bandung	4,11/5

Sumber: pergikuliner.com

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat di lihat bahwa Ssst Coffee termasuk kedalam 5 coffe shop terbaik yang ada di kawasan Buah Batu Kota Bandung berada di peringkat kedua dengan rating 4,25/5. Hal tersebut dikarenakan Ssst Coffee memiliki 10 top menu yang bisa membuat konsumen merasa puas akan rasa yang ditawarkan.

Tabel 1. 2 10 Top Menu Ssst Coffee

No	Menu
1	Essst Kopi Susu
2	Iced Chocolate Cream Java
3	Earl Grey Candy Milk Tea
4	Essst Kopi Susu No Sugar
5	Iced Latte
6	Matcha Latte
7	Essst Kopi Susu 1 Liter
8	Iced Long Black
9	Cappuccino
10	Thick Caramelized Coffe Milk

Sumber: Ssst Coffee Bandung

Tabel 1.3 menunjukkan 10 top menu yang paling banyak dibeli oleh konsumen karena rasa yang unik dan tidak hanya menjual coffe saja melainkan tersedianya non coffe dan ada coffe literan yang bisa dibeli konsumen. Selain rasa kopi yang

enak dan bisa dinikmati oleh konsumen, ssst coffe ini juga mengedepankan pelayanan yang baik dan ramah terhadap konsumen dengan menyediakan fasilitas wifi agar konsumen bisa lebih santai saat mengunjungi ssst coffe.

Pelayanan yang baik dinilai dari sejauh mana kemampuan karyawan dalam memberikan informasi yang jelas dan menguasai bidangnya masing-masing. Kualitas pelayanan memberikan hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen. kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan. Kepuasan konsumen terhadap suatu perusahaan barang atau jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan apa yang diterima konsumen.

Perspektif TQM (Total Quality Management) kualitas dipandang secara luas, yaitu tidak hanya aspek hasil yang ditekankan, tetapi juga meliputi proses, lingkungan dan manusia. Hal ini jelas menurut Tjiptono (2012:115) bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Inti dari konsep kualitas layanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima pelayanan sesuai dengan daya tanggap (*responsiveness*), menumbuhkan dengan adanya jaminan (*assurance*), menunjukkan bukti fisik (*tangible*), yang dapat dilihatnya, menurut empati (*emphaty*) dari orang-orang yang memberikan pelayanan sesuai yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan (Bachari, 2011:115) dalam (Setiawan et al., 2019)

Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan memang dituntut kejelasannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Qomariah, 2016:115) dalam (Setiawan et al., 2019).

Faktor-faktor pelayanan yang mempengaruhi kepuasan dalam pembelian produk maupun jasa misalnya seperti tercukupinya jumlah karyawan yang melayani konsumen dan juga keandalan karyawan atau barista dalam melayani konsumen. Jika kualitas produk kurang dari yang diharapkan konsumen maka pelanggan akan puas. Jika kualitas pelayanan melebihi harapan maka konsumen akan sangat puas atau sangat senang.

Tabel 1. 3 Data Konsumen Tracking (Dine-In)

No	Bulan	Pengunjung
1	Desember – Januari	729 orang
2	Januari – Februari	529 orang
3	Februari – Maret	464 orang
	Jumlah	1.722 orang

Sumber: Data Internal Ssst Coffee

Berdasarkan tabel 1.3 data yang diperoleh dari Ssst Coffee tahun 2022-2023 menjelaskan bahwa Ssst Coffee memiliki jumlah pengunjung sebanyak 1.722 orang yang didapat dari transaksi pembelian Ssst Coffee. Terlihat dari tabel diatas pada bulan Desember-Februari jumlah pengunjung mengalami penurunan.

Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan peneliti terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh Ssst Coffee dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen:

1. Kesesuaian harapan

Customer pada umumnya tertarik atau tidak terhadap Ssst Coffee Bandung. Tingkat keinginan untuk berkunjung kembali setelah mengunjungi Ssst Coffee Bandung. Tingkat ketertarikan tersebut mengalami penurunan berdasarkan tabel 1.3 Tracking data konsumen bulan Desember 2022-Maret 2023, penurunan tersebut dikarenakan tempat tidak sesuai dengan keinginan konsumen ditambah dengan ramainya pengunjung karena kurangnya pegawai di Ssst Coffee.

2. Ketersediaan untuk merekomendasi

Keyakinan dan rekomendasi positif orang lain menjadi bekal untuk memutuskan pembelian. Banyak pengunjung yang tidak berpotensi untuk berkunjung kembali ke tempat karena kurangnya kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas yang ada di Ssst Coffee, sehingga memilih membeli produk untuk dibawa pulang (*take away*). Hal tersebut hanya karena rasa ingin tahu dari konsumen baru tentang Ssst Coffe. Bukan karena produk yang ditawarkan dari Ssst Coffee ini.

Hal ini disebabkan belum maksimalnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen Ssst Coffee sebagai berikut:

1. *Reability* (Keandalan)

Reability ini merupakan seseorang dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan dengan tepat. Dalam hal ini owner dari

Ssst Coffee kurang memperhatikan tempat yang lebih luas dan pegawai yang hanya berjumlah 4 orang sehingga kurang memuaskan bagi konsumen saat pengunjung ramai dan menyebabkan konsumen tidak berkunjung kembali dan memilih tempat lain untuk membeli produk kopi serupa.

2. Assurance (Jaminan)

Jaminan merupakan memberikan pelayanan dengan baik kepada konsumen mengenai kesopanan atau pengetahuan karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya, misalnya dengan komunikasi yang baik. Contoh: ada beberapa karyawan yang kurang dalam memberikan pelayanan yang ramah sehingga konsumen merasa tidak nyaman jika mereka harus mendatangi *store*.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai apakah ada sebuah pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ssst Coffee Bandung”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran umum pada Ssst Coffee Bandung?
2. Bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan dan kondisi kepuasan konsumen di Ssst Coffee Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh kepuasan konsumen pada Ssst Coffee Bandung?

4. Apa hambatan dan upaya kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Ssst Coffee Bandung?

1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian, yaitu:

1. Untuk mengetahui gambaran umum Ssst Coffee Bandung.
2. Untuk mengetahui pelaksanaan kualitas pelayanan dan kondisi kepuasan konsumen pada Ssst Coffe Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Ssst Coffee Bandung.
4. Untuk mengetahui hambatan dan upaya kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Ssst Coffee Bandung.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai sifat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang terkait dengan pengaruh suasana café dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Secara Praktis

- a) Bagi Universitas Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan tambahan bacaan penelitian bidang pemasaran khususnya tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

- b) Bagi Pelaku Usaha penelitian ini diharapkan dapat membantu para pelaku usaha khususnya Ssst Coffee untuk mengetahui seberapa penting pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam meningkatkan penjualannya.
- c) Bagi Peneliti Selanjutnya diharapkan hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi dalam melakukan penelitian untuk permasalahan yang sama.

1.4 Lokasi Penelitian Dan Lamanya Penelitian

1.4.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada Ssst Coffee Bandung yang berlokasi di Jalan Kliningan 2 No.1, Kel. Turangga Kec.Lengkong

1.4.2 Lamanya Penelitian

Lamanya penelitian terhitung selama 9 bulan dimulai dari bulan Januari sampai dengan bulan September 2023.

Tabel 1. 4 Jadwal Penelitian

NO	KETERANGAN	Tahun 2023																																			
		JAN				FEB				MAR				APR				MEI				JUN				JUL				AGS				SEP			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
TAHAP PERSIAPAN																																					
1.	Penjajakan	■																																			
2.	Studi Kepustakaan	■				■																															
3.	Pengajuan Judul																																				
4.	Penyusunan Usulan Penelitian			■				■				■																									
5.	Seminar Usulan Penelitian																																				
TAHAP PENELITIAN																																					
1.	Pengumpulan Data																																				
	a. Dokumentasi									■																											
	b. Wawancara									■																											
	c. Observasi									■																											
	d. Studi Kepustakaan			■				■				■																									
2.	Pengolahan Data																	■																			
3.	Analisis Data																	■																			
TAHAP PENYUSUNAN																																					
1.	Pembuatan Laporan																	■				■															
2.	Perbaikan Laporan																									■											
3.	Sidang Skripsi																													■							