

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi dan industri saat ini memberikan pengaruh besar terhadap aktivitas perekonomian, khususnya pada sektor usaha. Kemudahan akses informasi dan teknologi membuka berbagai peluang bisnis serta mendorong munculnya pelaku usaha baru di berbagai bidang. Kondisi ini menyebabkan persaingan usaha semakin kompetitif sehingga pelaku usaha dituntut untuk mampu menciptakan produk, layanan, dan strategi yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Wilayah Ciayumajakuning yang meliputi Cirebon, Indramayu, Majalengka, dan Kuningan yang ikut merasakan dampak dari perkembangan tersebut. Dengan potensi sumber daya yang dimiliki, wilayah ini mengalami pertumbuhan aktivitas ekonomi yang cukup signifikan di berbagai sektor. Perkembangan ini juga ditandai dengan meningkatnya jumlah pelaku UMKM yang tersebar di wilayah tersebut.

Salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan adalah industri kuliner. Perubahan pola konsumsi masyarakat serta meningkatnya kebutuhan akan makanan dan minuman yang praktis, beragam, dan sesuai dengan gaya hidup *modern* mendorong berkembangnya usaha kuliner di wilayah Ciayumajakuning. Kondisi tersebut membuat pelaku usaha terus berupaya menghadirkan inovasi produk dan konsep usaha yang mampu menarik minat konsumen. Berikut data jumlah UMKM di wilayah Ciayumajakuning pada tahun 2023–2025 pada halaman selanjutnya:

Tabel 1. 1
Jumlah UMKM di Ciayumajakuning Tahun 2023-2025

No.	Kabupaten/Kota	Tahun				
		2023	Kenaikan	2024	Kenaikan	2025
1	Kabupaten Cirebon	34,103	6,48%	36,313	7,89%	38,454
3	Kabupaten Indramayu	25,792	6,23%	27,398	6,87%	29,083
4	Kabupaten Majalengka	17,950	6,12%	18,995	5,83%	20,137
5	Kabupaten Kuningan	21,485	10,82%	23,268	12,29%	25,068
5	Kota Cirebon	18,620	6,22%	19,840	6,79%	21,239

Sumber: *Open* data jabar

Berdasarkan Tabel 1.1, Kabupaten Cirebon memiliki jumlah pelaku UMKM terbesar pada tahun 2025, yaitu sebanyak 38.454 unit. Sedangkan Kabupaten Majalengka memiliki jumlah pelaku UMKM sebanyak 20,137 unit dengan tingkat pertumbuhan terendah dibandingkan wilayah lain di Ciayumajakuning. Meskipun jumlah dan pertumbuhannya masih berada di bawah Kabupaten Cirebon, Kabupaten Indramayu, Kabupaten Kuningan, dan Kota Cirebon, sektor UMKM di Kabupaten Majalengka tetap menunjukkan potensi yang cukup besar. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha untuk terus meningkatkan inovasi dan daya saing agar mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya di tengah persaingan yang semakin ketat.

Kabupaten Majalengka merupakan daerah yang memiliki sumber daya yang beragam. Daerah ini dikenal dengan kekayaan budaya, keindahan alam, hasil kerajinan masyarakat, serta berbagai makanan dan minuman khas. Keberadaan objek wisata yang cukup banyak menjadikan Majalengka sebagai salah satu daerah dengan potensi pariwisata yang terus berkembang. Perkembangan sektor pariwisata

tersebut turut mendorong pertumbuhan usaha makanan dan minuman di Kabupaten Majalengka.

Kabupaten Majalengka didukung oleh ketersediaan sumber daya alam, sumber daya manusia, dan sumber daya keterampilan yang cukup beragam. Potensi tersebut menjadi modal penting dalam pengembangan industri kreatif di berbagai subsektor usaha. Selain mampu menciptakan produk yang memiliki nilai tambah, industri kreatif juga berperan dalam membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Dengan memanfaatkan potensi yang dimiliki secara optimal, pengembangan industri kreatif di Kabupaten Majalengka diharapkan dapat meningkatkan daya saing daerah dan mendukung pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Industri kreatif merupakan sektor industri yang berkembang dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan. Di Kabupaten Majalengka, industri ini terdiri dari berbagai jenis subsektor, yang masing-masing memberikan kontribusi berbeda terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Majalengka ini turut mendorong perputaran ekonomi dan berkontribusi nyata terhadap PDRB sektor industri kreatif. Sektor ini juga berperan dalam meningkatkan nilai tambah ekonomi daerah melalui pengembangan berbagai produk dan jasa kreatif. Berikut data mengenai kontribusi subsektor industri kreatif di Kabupaten Majalengka pada tahun 2023 sampai tahun 2025 pada halaman selanjutnya:

Tabel 1. 2
Kontribusi Subsektor Industri Kreatif terhadap PDRB Kabupaten
Majalengka Tahun 2023-2025

No	Industri Kreatif	2023 Kontribusi PDRB	%	2024 Kontribusi PDRB	%	2025 Kontribusi PDRB
1	Periklanan	13,754,420	13,33%	15,588,127	13,90%	17,754,420
2	Arsitektur	26,292,775	7,29%	27,561,625	6,28%	29,292,775
3	Desain Interior	31,906,870	8,85%	32,556,885	7,22%	34,906,870
4	<i>Fashion</i>	55,250,150	6,32%	56,380,185	6,87%	58,250,150
5	Film, Animasi, dan Video	10,938,065	13,83%	12,450,955	11,94%	13,938,065
6	Fotografi	8,580,480	15,33%	9,895,450	6,92%	10,580,480
7	Kerajinan	71,797,500	6,90%	74,598,250	8,95%	76,797,500
8	Kuliner	42,343,060	4,75%	44,242,550	4,49%	46,343,060
9	Desain Komunikasi Visual	3,553,800	8,47%	3,854,780	18,13%	4,553,800
10	Musik	9,866,566	5,45%	10,206,550	26,06%	12,866,566
11	Desain Produk	3,880,340	4,61%	4,059,340	44,86%	5,880,340
12	Penerbitan dan Percetakan	7,508,995	4,61%	7,855,085	21,06%	9,508,995
13	Aplikasi	5,997,330	14,29%	6,854,320	31,27%	8,997,330
14	Game Depelover	8,034,400	7,36%	8,625,450	16,33%	10,034,400
15	Seni Pertunjukan	33,742,900	9,36%	36,752,800	5,41%	38,742,900
16	Seni Rupa	27,218,510	7,64%	29,298,510	6,55%	31,218,510
Total		360,666,161		380,780,862		409,666,701

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Majalengka

Berdasarkan Tabel 1.2 terdapat 16 subsektor industri kreatif yang berkontribusi terhadap pendapatan daerah di Kabupaten Majalengka pada tahun 2023 sampai dengan tahun 2025. Kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Majalengka didominasi oleh tiga subsektor industri kreatif, yaitu industri kerajinan, industri *fashion*, dan industri kuliner. Kontribusi tertinggi berasal dari industri kerajinan sebesar Rp. 76,797,500,000, diikuti oleh industri *fashion* sebesar Rp. 58,250,150,000, serta industri kuliner

sebesar Rp. 46,343,060,000. Data tersebut menunjukkan bahwa tiga subsektor tersebut memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan di Kabupaten Majalengka. Namun berdasarkan persentasenya, industri kuliner cenderung mengalami penurunan setiap tahunnya. Kondisi inilah yang mendorong peneliti untuk menjadikan industri kuliner sebagai permasalahan yang akan diteliti.

Usaha kuliner yang mencakup layanan penyediaan makanan dan minuman diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Majalengka Nomor 10 Tahun 2021 tentang penyelenggaraan kepariwisataan. Pada Pasal 24 dijelaskan bahwa usaha jasa makanan dan minuman merupakan kegiatan penyediaan makanan dan minuman yang didukung peralatan dan perlengkapan untuk proses pengolahan, penyimpanan, dan penyajian. Jenis usaha yang termasuk di dalamnya meliputi restoran, rumah makan, kafe, bar, pujasera, serta jasa boga (*catering*). Kegiatan usaha tersebut dapat dijalankan oleh badan usaha, baik yang berbadan hukum maupun tidak, serta oleh individu atau perseorangan.

Industri kuliner termasuk ke dalam tiga subsektor utama penyumbang Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Majalengka selama tahun 2023 sampai tahun 2025. Sebagai bagian dari subsektor ekonomi kreatif, sektor ini terus berkembang dan berperan penting karena berkaitan langsung dengan kebutuhan pokok masyarakat, yaitu pangan. Hal ini terlihat dari banyaknya pelaku usaha yang terlibat dan turut mendorong kemajuan bisnis kuliner di Kabupaten Majalengka. Berikut disajikan data jumlah pelaku usaha terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Majalengka pada halaman selanjutnya:

Tabel 1. 3
Jumlah Pelaku Usaha Pada Tiga Subsektor yang Memiliki Kontribusi PDRB Tertinggi di Kabupaten Majalengka 2023-2025

Subsektor	Jumlah Pelaku Usaha				
	2023	Kenaikan (%)	2024	Kenaikan (%)	2025
Kerajinan	1.076	9,94%	1.183	12,17%	1.327
<i>Fashion</i>	913	11,17%	1.015	13,20%	1.149
Kuliner	677	9,01%	738	3,21%	761
Total	2.666		2.936		3.237

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka

Berdasarkan Tabel 1.3 jumlah pelaku usaha pada tiga subsektor penyumbang Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) tertinggi di Kabupaten Majalengka. Subsektor kerajinan dan *fashion* menempati posisi teratas, yang menunjukkan bahwa kedua subsektor tersebut memiliki kontribusi yang besar terhadap PDRB. Sementara itu, subsektor kuliner berada pada posisi terendah, yang menandakan bahwa perkembangan jumlah pelaku usaha kuliner di Kabupaten Majalengka masih terbilang rendah. Meskipun perkembangan industri kuliner masih berada di bawah industri kerajinan dan *fashion*, sektor ini tetap memiliki peluang untuk berkembang apabila didukung oleh potensi pasar yang memadai.

Pertumbuhan penduduk menjadi salah satu indikator penting dalam melihat potensi pasar di suatu wilayah. Jumlah penduduk yang terus meningkat menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat juga ikut bertambah, baik dalam hal sandang, pangan, maupun papan. Semakin besar jumlah penduduk, maka semakin besar pula permintaan terhadap kebutuhan sehari-hari, terutama kebutuhan pangan. Hal ini menjadi peluang bagi pelaku usaha kuliner untuk terus berkembang dan memenuhi kebutuhan pasar. Berikut merupakan data mengenai laju pertumbuhan penduduk Kabupaten Majalengka pada tahun 2023 sampai 2025:

Tabel 1. 4
Proyeksi Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk di Kabupaten
Majalengka Tahun 2021-2025

Tahun	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Laju Pertumbuhan Penduduk Per Tahun
2021	1.318.965	
		1,10%
2022	1.335.460	
		0,95%
2023	1.340.617	
		0,95%
2024	1.352.500	
		0,92%
2025	1.363.755	

Sumber: Badan Pusat Statistik Kab. Majalengka

Berdasarkan Tabel 1.4 laju pertumbuhan penduduk di Kabupaten Majalengka meningkat setiap tahunnya, peningkatan sekecil apapun akan berdampak pada meningkatnya aktivitas usaha, baik di bidang penjualan barang maupun jasa. Kondisi ini turut mendukung perkembangan usaha kuliner, termasuk bisnis kafe dan restoran, serta mendorong munculnya berbagai inovasi dan variasi produk kuliner untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang terus meningkat.

Kepadatan jumlah penduduk menunjukkan bahwa peluang pengembangan bisnis kuliner di Kabupaten Majalengka masih sangat besar. Hal ini karena kebutuhan akan makanan merupakan kebutuhan dasar yang akan terus dicari oleh masyarakat, sehingga permintaan terhadap produk kuliner akan tetap ada dan cenderung meningkat. Perkembangan bisnis kuliner juga didukung oleh berbagai faktor lain, seperti meningkatnya daya tarik destinasi wisata, perbaikan infrastruktur, serta inovasi atraksi wisata di daerah tersebut.

Meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung, turut memengaruhi kebutuhan terhadap berbagai layanan pendukung. Wisatawan tidak hanya

menikmati objek wisata, tetapi juga membutuhkan layanan makanan dan minuman selama berkunjung. Hal ini menjadikan sektor kuliner sebagai bagian penting dalam mendukung aktivitas pariwisata di Kabupaten Majalengka. Berikut merupakan data jumlah wisatawan yang datang ke Kabupaten Majalengka pada tahun 2021 sampai 2025:

Tabel 1. 5
Data Kunjungan Wisatawan Kabupaten Majalengka Tahun 2021-2025

Tahun	Jumlah Wisatawan
2021	472.906
2022	818.547
2023	1.800.000
2024	1.308.933
2025	1.646.955

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Majalengka

Berdasarkan Tabel 1.5 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Majalengka selama tahun 2021 sampai tahun 2025 sangat fluktuatif. Pada tahun 2021-2023 jumlah pengunjung wisata meningkat sangat pesat. Namun pada tahun 2024 jumlah wisatawan mengalami penurunan, dan pada tahun 2025 jumlah wisatawan kembali meningkat tinggi. Kondisi ini menunjukkan bahwa Kabupaten Majalengka masih mampu mempertahankan daya tariknya sebagai destinasi wisata dan kuliner. Kembalinya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan membuktikan bahwa Kabupaten Majalengka memiliki potensi pasar yang besar bagi pelaku usaha, khususnya di sektor kuliner. Hal ini menuntut pelaku bisnis kuliner untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan efektif, terutama di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital saat ini.

Banyak pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis kuliner, seperti restoran, rumah makan, restoran waralaba, kafe, pusat penjualan makanan dan

minuman, serta jasa boga sebagaimana yang tercantum dalam Peraturan daerah Kabupaten Majalengka Nomor 10 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata Pasal 24. Para pelaku usaha tersebut berupaya menciptakan bisnis kuliner yang menarik bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Berikut merupakan perkembangan usaha jasa makanan dan minuman atau industri kuliner di Kabupaten Majalengka pada tahun 2023 sampai tahun 2025:

Tabel 1. 6
Jumlah Usaha Kuliner di Kabupaten Majalengka 2023-2025

Jenis Usaha	2023	Kenaikan	2024	Kenaikan	2025
Restoran	37	10,81%	41	12,20%	46
Rumah Makan	168	12,5%	180	13,89%	196
Restoran Waralaba	26	11,54%	29	13,79%	33
Kafe	89	8,74%	100	7,14%	111
Jasa Boga	75	9,33%	82	12,20%	92
Pujasera	23	13,04%	26	19,23%	31
Total	432		470		518

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Majalengka

Berdasarkan Tabel 1.6 dapat diketahui bahwa jumlah industri kuliner di Kabupaten Majalengka terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Kondisi ini menunjukkan adanya perkembangan usaha kuliner yang cukup konsisten dari waktu ke waktu. Diantara berbagai jenis usaha kuliner, rumah makan menjadi usaha yang paling dominan, dengan jumlah usaha pada tahun 2025 mencapai 196 unit. Sedangkan usaha kuliner kafe pada tahun 2025 menunjukkan tingkat pertumbuhan yang paling rendah dibandingkan dengan jenis usaha lainnya, yaitu sebesar 7,14% dengan jumlah usaha sebanyak 111 unit.

Persaingan usaha yang semakin ketat mendorong pelaku bisnis untuk terus melakukan inovasi serta mengembangkan strategi yang mampu menarik minat

konsumen. Dalam menghadapi kondisi tersebut, pelaku usaha perlu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen agar produk maupun jasa yang ditawarkan dapat memberikan kepuasan. Kepuasan konsumen menjadi aspek penting karena dapat memengaruhi keputusan pembelian serta keberlangsungan usaha di tengah persaingan pasar.

Perbedaan utama pada jenis usaha jasa makanan dan minuman terletak pada standar kualitas menu, sistem pelayanan, penampilan karyawan, serta proses penyajian yang diterapkan. Rumah makan umumnya memiliki dapur khusus untuk mengolah bahan baku mentah hingga siap disajikan, sehingga makanan dapat langsung disajikan kepada konsumen setelah dipesan. Berbeda dengan restoran waralaba yang sebagian besar didominasi oleh konsep restoran cepat saji, seperti KFC, McD, Wendy's, dan Pizza Hut, yang menggunakan sistem operasional dan standar pelayanan yang seragam.

Jenis usaha lainnya adalah kafe yang menyediakan makanan dan minuman ringan serta menjadi tempat untuk bersantai, berkumpul, atau melakukan berbagai aktivitas. Selain kafe, terdapat pujasera yang menawarkan beragam pilihan makanan dan minuman dari beberapa gerai dalam satu lokasi, serta jasa boga atau katering yang melayani penyediaan makanan dan minuman untuk berbagai kegiatan dan acara. Perbedaan karakteristik tersebut menunjukkan bahwa setiap jenis usaha memiliki target pasar dan bentuk pelayanan yang berbeda. Berikut ini merupakan data jumlah kafe di Kabupaten Majalengka pada tahun 2023 sampai tahun 2025 pada halaman selanjutnya:

Tabel 1. 7
Jenis Kafe di Kabupaten Majalengka tahun 2023-2025

No	Jenis Kafe	Tahun 2023	Kenaikan %	Tahun 2024	Kenaikan %	Tahun 2025
1	<i>Bistro & Brasserie</i>	25	8%	27	11,11%	30
2	<i>Urban Foodcourt</i>	30	10%	33	12%	36
3	<i>Buffet</i>	18	12,50%	21	16,67%	24
4	<i>Coffe House</i>	16	6,25%	19	8,82%	21

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Majalengka

Berdasarkan Tabel 1.7, dapat diketahui bahwa pertumbuhan usaha kafe di Kabupaten Majalengka pada tahun 2025 menunjukkan perbedaan pada setiap jenis kafe. Jenis *coffee house* menjadi usaha kafe dengan tingkat kenaikan paling rendah, yaitu sebesar 8,82%. Sementara itu, *buffet* justru mengalami pertumbuhan paling tinggi dengan persentase sebesar 16,67%, kemudian disusul oleh *urban foodcourt* sebesar 12% dan *bistro & brasserie* sebesar 11,11%.

Perbedaan tingkat pertumbuhan tersebut dipengaruhi oleh karakteristik masing-masing jenis kafe. *Bistro & brasserie* umumnya menawarkan suasana yang nyaman dan santai dengan pilihan menu makanan berat yang lebih beragam. Sedangkan *coffee house* lebih berfokus pada penyajian kopi dan makanan ringan. *Urban foodcourt* dengan konsep tempat makan bersama modern, sedangkan *buffet* menawarkan berbagai menu yang dapat dinikmati sesuai keinginan konsumen.

Di Kabupaten Majalengka, *coffee house* menjadi salah satu jenis kafe yang banyak digemari, khususnya oleh generasi muda. Keberadaan *coffee house* sering dimanfaatkan sebagai tempat berkumpul, berdiskusi, maupun menghabiskan waktu luang. Hal ini menunjukkan bahwa kafe telah menjadi bagian dari gaya hidup anak muda masa kini. Kondisi ini berdampak pada meningkatnya persaingan antar

pelaku usaha *coffee house* di Kabupaten Majalengka. Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk memiliki keunikan dan daya saing agar mampu menarik serta mempertahankan minat konsumen.

Meningkatnya persaingan usaha kafe membuat konsumen memiliki lebih banyak pilihan sesuai dengan kebutuhannya. Banyaknya kafe yang menawarkan konsep tempat dan menu yang lebih unik dan menarik menyebabkan pelaku usaha harus bersaing untuk menarik perhatian konsumen. Kondisi tersebut membuat peluang memperoleh konsumen menjadi semakin kompetitif karena pertumbuhan jumlah kafe tidak selalu diikuti oleh peningkatan jumlah pengunjung. Berikut merupakan data jumlah pengunjung kafe di Kabupaten Majalengka pada tahun 2023 sampai tahun 2025:

Tabel 1. 8
Jumlah Pengunjung Kafe di Kabupaten Majalengka 2023-2025

No	Jenis Usaha	Tahun			Jumlah Konsumen	Persentase
		2023	2024	2025		
1	<i>Urban Foodcourt</i>	1,412,205	1.524.873	1.637.219	4.574.297	27,36%
2	<i>Bistro & Brasserie</i>	1,348,797	1.456.984	1.568.763	4.374.544	26,28%
3	<i>Buffet</i>	1,288,492	1.394.615	1.507.842	4.190.949	24,19%
4	<i>Coffee House</i>	1,278,394	1.382.741	1.493.516	4.154.651	22,17%
Total		5,327,888	5.759.213	6.207.340	17.294.441	100.00%

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Majalengka

Berdasarkan Tabel 1.8 dapat diketahui bahwa tingkat kunjungan konsumen pada setiap jenis kafe menunjukkan perbedaan. *Urban foodcourt* menjadi jenis kafe dengan jumlah kunjungan tertinggi dalam tiga tahun terakhir dengan persentase sebesar 27,36%, diikuti oleh *bistro & brasserie* sebesar 26,28% dan *buffet* sebesar 24,19%. Sementara itu, *coffee house* memiliki persentase kunjungan terendah, yaitu

sebesar 22,17%. Meskipun demikian, *coffee house* tetap diminati konsumen karena menawarkan berbagai pilihan kopi, suasana yang nyaman, serta konsep yang menarik.

Coffee house dengan konsep desain yang menarik semakin diminati oleh generasi milenial dan Generasi Z karena menawarkan suasana yang nyaman untuk bersantai, bekerja, maupun berkumpul. Bertambahnya jumlah *coffee house* membuat persaingan usaha semakin ketat, sehingga pelaku usaha perlu memahami kebutuhan konsumen dan menerapkan strategi yang mampu menciptakan keunggulan bersaing. Selain suasana yang nyaman, variasi menu dan kualitas layanan juga menjadi faktor yang dapat memengaruhi minat kunjungan pelanggan. Oleh karena itu, pelaku usaha *coffee house* di Kabupaten Majalengka perlu melakukan berbagai upaya untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Berikut peneliti sajikan data jumlah *coffee house* di Kabupaten Majalengka tahun 2023–2025.

Tabel 1. 9
Jumlah *Coffee House* di Kabupaten Majalengka Tahun 2023-2025

Tahun	Jumlah	Persentase Kenaikan
2023	16	
		6,25%
2024	19	
		8,82%
2025	21	

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Majalengka

Berdasarkan Tabel 1.9 dapat diketahui bahwa perkembangan usaha *coffee house* di Kabupaten Majalengka pada periode 2023 hingga 2025 mengalami peningkatan, meskipun pertumbuhannya belum signifikan. Peningkatan tersebut diduga dipengaruhi oleh adanya peluang pasar yang muncul seiring dengan

bertambahnya jumlah penduduk setiap tahun. Selain itu, Kabupaten Majalengka juga merupakan daerah tujuan wisata yang memiliki potensi konsumen cukup besar bagi perkembangan usaha kuliner. Kondisi ini mendorong setiap pelaku usaha *coffee house* untuk memiliki ciri khas dan keunikan tersendiri agar mampu bersaing dan menarik minat konsumen dibandingkan usaha sejenis lainnya.

Persaingan bisnis yang semakin ketat, terutama antar *coffee house* dengan konsep yang hampir serupa, menuntut pelaku usaha untuk lebih cepat dan kreatif dalam menarik perhatian konsumen. Upaya menarik konsumen tidak hanya bertujuan untuk menunjukkan keberadaan usaha, tetapi juga untuk menjaga tingkat penjualan agar tetap stabil. Persebaran *coffee house* di Kabupaten Majalengka yang terdapat di beberapa wilayah, seperti Majalengka Kulon dan Majalengka Wetan, menunjukkan bahwa jumlah pesaing di bisnis ini cukup banyak. Berikut oeneliti sajikan data jumlah *coffee house* di berbagai wilayah Kabupaten Majalengka pada tahun 2023 sampai tahun 2025:

Tabel 1. 10
Jumlah *Coffee House* dibeberapa Daerah Kabupaten Majalengka Tahun 2023-2025

No	Wilayah	Tahun				
		2023	Kenaikan %	2024	Kenaikan %	2025
1	Majalengka Kulon	7	14,29%	8	6,67%	9
2	Majalengka Wetan	9	22,22%	11	12,5%	12
Total		16		19		21

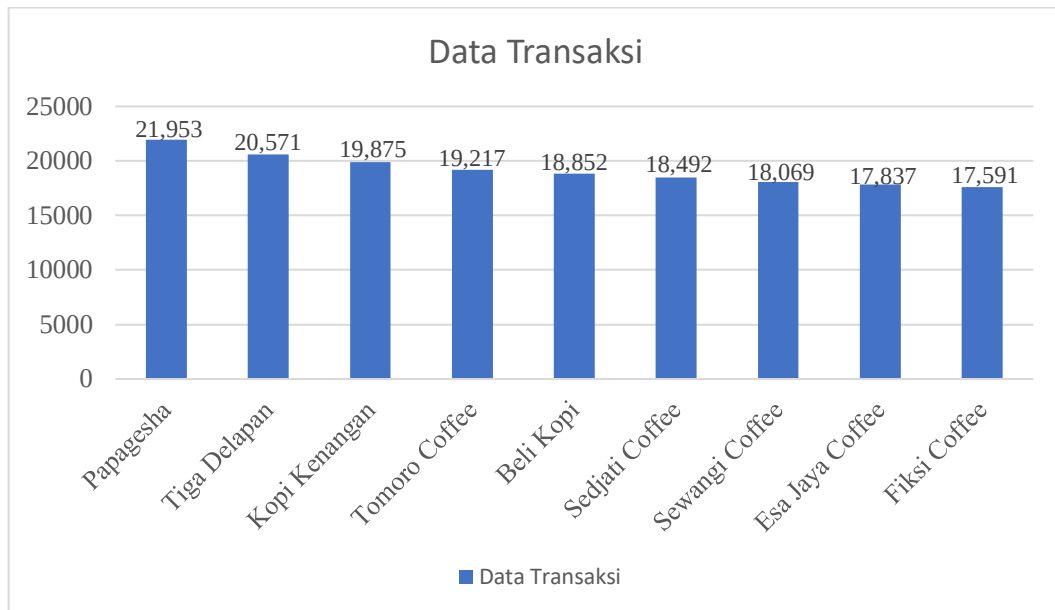
Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Majalengka

Berdasarkan data pada Tabel 1.10 di atas, dapat diketahui bahwa *coffee house* di Kabupaten Majalengka tersebar di beberapa wilayah pada periode 2023 hingga 2025. Wilayah Majalengka Wetan memiliki jumlah *coffee house* terbanyak, yaitu sebanyak 9 unit pada tahun 2023 dan 2024 sebanyak 11 unit, serta meningkat

menjadi 12 unit pada tahun 2025. Sementara itu, Majalengka Kulon menjadi wilayah dengan jumlah *coffee house* paling sedikit, yakni 7 unit pada tahun 2023, 8 unit pada tahun 2024, dan meningkat menjadi 9 unit pada tahun 2025. Kondisi ini menunjukkan bahwa Majalengka Wetan memiliki lokasi yang lebih strategis karena dekat dengan pusat kabupaten dan mudah diakses oleh berbagai kalangan. Oleh karena itu, peneliti memilih Majalengka Kulon sebagai lokasi penelitian karena wilayah tersebut memiliki jumlah *coffee house* paling sedikit dibandingkan wilayah lainnya.

Setiap *coffee house* perlu memiliki faktor pendukung yang mampu menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Oleh karena itu, tidak jarang *coffee house* menghadirkan menu kopi khas sebagai identitas yang membedakan dengan usaha sejenis. Di tengah persaingan yang semakin ketat, keberhasilan usaha sangat ditentukan oleh kemampuan pelaku bisnis dalam memanfaatkan peluang serta mengelola aktivitas usahanya secara tepat.

Tingkat transaksi yang terjadi pada *coffee house* dapat mencerminkan minat dan respon konsumen terhadap produk serta layanan yang ditawarkan. Perbedaan jumlah transaksi antar *coffee house* juga menunjukkan adanya variasi dalam kemampuan pelaku usaha dalam menarik dan mempertahankan konsumen. Oleh karena itu, data transaksi menjadi salah satu indikator penting untuk melihat kondisi persaingan *coffee house* di wilayah Majalengka Kulon. Berikut peneliti sajikan data transaksi kafe jenis *coffee house* di wilayah Majalengka Kulon pada tahun 2025:



Sumber: Data diolah Peneliti, 2026

Gambar 1. 1
Data Transaksi Kafe Jenis Coffee House di Wilayah Majalengka Kulon
Tahun 2025

Berdasarkan Gambar 1.1 dapat diketahui bahwa terdapat 16 *coffee house* di wilayah Majalengka Kulon berdasarkan jumlah transaksinya. Data tersebut menunjukkan bahwa Fiksi Coffee memiliki jumlah transaksi terendah, yaitu sebanyak 17,591 transaksi, sedangkan jumlah transaksi tertinggi adalah Papagesha dengan total 21,953 transaksi. Oleh karena itu, Fiksi Coffe dipilih sebagai objek penelitian untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi rendahnya jumlah transaksi yang terjadi.

Fiksi Coffee merupakan salah satu *coffee house* di Kabupaten Majalengka yang menawarkan berbagai pilihan minuman kopi, makanan ringan, dan makanan berat. Selain variasi menu yang tersedia, Fiksi Coffee juga menghadirkan suasana yang nyaman dengan konsep interior yang estetik dan *instagramable*. *Coffee house* ini dinilai sesuai untuk dijadikan ruang berkumpul bersama teman, bersantai,

maupun melakukan aktivitas diskusi Berdasarkan kondisi tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan wawancara lebih lanjut dengan pihak manajemen. Hasil wawancara dengan manajer Fiksi Coffee memperoleh data mengenai jumlah pengunjung yang melakukan pembelian produk selama tahun 2025. Berikut disajikan data jumlah pengunjung Fiksi Coffee pada tahun 2025:

Tabel 1. 11
Jumlah Pengunjung Fiksi Coffee Tahun 2025

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	1182
2	Februari	1077
3	Maret	683
4	April	713
5	Mei	752
6	Juni	875
7	Juli	769
8	Agustus	798
9	September	868
10	Oktober	717
11	November	773
12	Desember	1261

Sumber: Fiksi Coffee

Berdasarkan Tabel 1.11 dapat diketahui bahwa rata-rata jumlah pengunjung setiap bulan mengalami fluktuatif. Penurunan jumlah pengunjung terjadi secara berturut-turut, di mana jumlah pengunjung tertinggi pada bulan Januari sebanyak 1182 pengunjung, sedangkan jumlah pengunjung terendah terjadi pada bulan Juni dengan total 683 pengunjung. Kondisi tersebut berpotensi memengaruhi tingkat penjualan dan pada akhirnya berdampak pada keuntungan yang diperoleh perusahaan. Untuk mengetahui kondisi internal Fiksi coffee, peneliti menyajikan data target penjualan dan pendapatan tahun 2025 pada halaman selanjutnya:

Tabel 1. 12
Data Target Penjualan dan Pendapatan Fiksi Coffee Tahun 2025

No	Bulan	Pendapatan (Rp)	Target
1	Januari	55.800.000	50.000.000
2	Februari	53.850.000	50.000.000
3	Maret	34.155.000	50.000.000
4	April	35.650.000	50.000.000
5	Mei	37.600.000	50.000.000
6	Juni	48.750.000	50.000.000
7	Juli	38.450.000	50.000.000
8	Agustus	39.900.000	50.000.000
9	September	48.400.000	50.000.000
10	Oktober	45.855.000	50.000.000
11	November	46.135.000	50.000.000
12	Desember	56.757.000	50.000.000

Sumber: Fiksi Coffee

Berdasarkan Tabel 1.12, penjualan Fiksi Coffee pada tahun 2025 menunjukkan kondisi yang fluktuatif dengan kecenderungan menurun. Target penjualan sebesar Rp50.000.000 per bulan hanya tercapai pada Januari, Februari, dan Desember, sedangkan pada periode Maret hingga November realisasi penjualan berada di bawah target yang telah ditetapkan. Kondisi tersebut mengindikasikan adanya permasalahan yang dapat memengaruhi kinerja penjualan Fiksi Coffee. Salah satu faktor yang diduga berpengaruh adalah meningkatnya jumlah usaha sejenis yang menawarkan konsep dan inovasi yang lebih beragam sehingga memperketat persaingan dalam menarik konsumen.

Berdasarkan kondisi penjualan yang tidak stabil dan cenderung menurun, dapat diasumsikan bahwa Fiksi Coffee menghadapi tantangan dalam menarik maupun mempertahankan pelanggan. Di tengah persaingan usaha yang semakin ketat, perusahaan perlu membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen agar tetap mampu bersaing. Salah satu faktor yang berperan dalam menjaga

hubungan tersebut adalah loyalitas pelanggan, yang tercermin dari kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan tetap memilih produk atau jasa yang ditawarkan.

Loyalitas pelanggan dapat dilihat dari tingkat kunjungan ulang pelanggan, yaitu dengan membandingkan jumlah pelanggan lama dan pelanggan baru. Pelanggan lama menunjukkan adanya pembelian ulang, sedangkan pelanggan baru merupakan konsumen yang baru pertama kali melakukan pembelian. Penurunan jumlah pelanggan lama dapat menjadi indikasi bahwa loyalitas pelanggan masih belum optimal. Berikut peneliti sajikan data pelanggan lama dan pelanggan baru pada Fiksi Coffee:

Tabel 1. 13
Data Pelanggan Lama dan Pelanggan Baru

Jumlah Pengunjung	Pelanggan Lama	Pelanggan Baru
1182	670	512
1077	610	467
683	360	323
713	345	368
752	365	387
875	395	480
769	315	454
798	300	498
868	325	543
717	255	462
773	270	503
1261	465	796

Sumber: Fiksi Coffee

Berdasarkan Tabel 1.13 di atas, dapat diketahui bahwa jumlah pelanggan lama di Fiksi Coffee mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Sedangkan jumlah pelanggan baru mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa Fiksi Coffee masih mampu menarik pelanggan baru, namun belum

sepenuhnya berhasil mempertahankan pelanggan lama untuk melakukan pembelian ulang secara konsisten. Penurunan pelanggan lama tersebut menjadi indikasi adanya penurunan loyalitas pelanggan yang berpotensi mempengaruhi kestabilan penjualan perusahaan.

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang penting bagi kelangsungan suatu bisnis. Bisnis dapat berkembang secara signifikan jika pelanggan loyal terhadap perusahaan atau organisasi. Loyalitas pelanggan terbentuk dari bagaimana perusahaan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya. Ketika pelanggan merasa puas, mereka akan dengan sendirinya menjadi loyal. Kondisi ini terjadi karena adanya hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan.

Mempertahankan kepuasan konsumen menjadi faktor paling penting dalam peningkatan penjualan dan tingkat loyalitas pelanggan karena untuk mencapai suatu tingkat loyalitas, dibutuhkan rasa puas dalam pelanggan dan bila pelayanan yang didapat sesuai dengan harapan, konsumen akan cenderung melakukan pembelian produk tersebut secara berulang-ulang. Pelanggan yang merasa puas juga memiliki kecenderungan untuk tetap memilih produk atau jasa yang sama dibandingkan beralih ke pesaing. Sebaliknya, apabila kepuasan pelanggan menurun, maka loyalitas pelanggan juga berpotensi menurun. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian pendahuluan dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden mengenai kinerja pemasaran kepada konsumen Fiksi Coffee yang sudah mengunjungi Fiksi Coffee. Menurut Fandy Tjiptono (2021:183) bahwa kinerja pemasaran dapat diukur dengan melalui beberapa dimensi, yaitu proses keputusan pembelian, kepuasan konsumen, loyalitas pelanggan, Kuesioner tersebut

digunakan untuk menggali faktor-faktor yang memengaruhi konsumen terhadap Fiksi Coffee, sehingga hasil penelitian pendahuluan ini diharapkan dapat memberikan gambaran awal mengenai penyebab terjadinya penurunan penjualan di Fiksi Coffee. Adapun hasil penelitian pendahuluan mengenai kinerja pemasaran pada konsumen Fiksi Coffee sebagai berikut:

Tabel 1. 14
Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Kinerja Pemasaran Fiksi Coffee

No	Keterangan	Pernyataan	Frekuensi					Rata Rata	Kategori
			SS	S	KS	TS	STS		
			5	4	3	2	1		
1	Proses Keputusan Pembelian	Fiksi Coffee menjadi pilihan utama saya untuk membeli makanan dan minuman	5	12	6	6	1	3,46	Baik
		Fiksi Coffee sebagai bahan pertimbangan dan memilihnya untuk berkumpul bersama teman	9	8	5	5	3	3,50	Baik
2	Kepuasan Pelanggan	Saya puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Fiksi Coffee	4	9	12	3	2	3,33	Kurang Baik
		Pelayanan yang diberikan oleh Fiksi Coffee sesuai dengan harapan saya	6	6	11	3	4	3,23	Kurang Baik
3	Loyalitas Pelanggan	Melakukan pembelian ulang di Fiksi Coffee	2	7	9	7	5	2,80	Kurang baik
		Merekomendasikan Fiksi Coffee kepada orang lain, rekan dan keluarga	2	8	8	8	4	2,86	Kurang baik

Sumber: Data diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 1.14 dari hasil penelitian pendahuluan mengenai kinerja pemasaran Fiksi Coffee, diketahui bahwa terdapat faktor kinerja pemasaran yang

diberi tanda warna kuning yang terindikasi mengalami permasalahan. Hasil pada tabel tersebut menunjukkan adanya permasalahan mengenai loyalitas pelanggan yang memiliki kategori kurang baik. Pernyataan pertama pada variabel loyalitas pelanggan yaitu “Melakukan pembelian ulang di Fiksi Coffee” mendapatkan rata-rata 2,80 dengan kategori kurang baik dan pernyataan kedua “Merekomendasikan Fiksi Coffee kepada orang lain, rekan dan keluarga” mendapatkan rata-rata sebesar 2,86 dengan kategori kurang baik. Hal ini menyebabkan adanya permasalahan pada loyalitas pelanggan pada Fiksi coffee.

Loyalitas pelanggan adalah perilaku yang terkait dengan suatu merek, seperti kemungkinan pelanggan untuk terus menggunakan atau mendukung merek tersebut di masa mendatang. Loyalitas juga mencerminkan keinginan pelanggan untuk meningkatkan citra positif produk. Jika produk tidak mampu memenuhi harapan pelanggan, mereka cenderung berhenti membeli atau menggunakan produk tersebut (Anwar *et al.*, 2022:91).

Penelitian pendahuluan berikutnya dilakukan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dan dari hasil penelitian pendahuluan tersebut dinyatakan bahwa pelanggan loyal dengan adanya beberapa faktor. Menurut Lepojevic & Dukic (2018:47) menyatakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, komitmen pelanggan, dan persepsi pelanggan. Berdasarkan hal tersebut dilakukan penelitian pendahuluan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan

kepada 30 responden yang pernah berkunjung ke Fiksi Coffe. Berikut adalah hasil dari pra survei penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan:

Tabel 1. 15
Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Fiksi Coffee

No	Keterangan	Pernyataan	Frekuensi						Kategori
			SS	S	KS	TS	STS	Rata	
			5	4	3	2	1	Rata Rata	
1	Kepuasan Pelanggan	Saya puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Fiksi Coffee	3	5	10	9	3	2,87	Kurang Baik
		Pelayanan yang diberikan oleh Fiksi Coffee sesuai dengan harapan saya	4	3	11	8	4	2,80	Kurang Baik
2	Kepercayaan Konsumen	Fiksi Coffee mampu menyediakan produk dan layanan yang berkualitas	9	4	8	3	6	3,23	Kurang Baik
		Fiksi Coffee menyampaikan informasi produk dan promosi secara jujur dan dapat dipercaya.	9	12	6	2	1	3,86	Baik
3	Komitmen Pelanggan	Tetap memilih Fiksi Coffee meskipun banyak <i>Coffee Shop</i> lain	2	11	8	7	2	3,13	Kurang Baik
		Fiksi Coffee merupakan <i>coffee shop</i> yang ingin terus saya kunjungi di masa mendatang	4	9	12	3	2	3,33	Kurang Baik

No	Keterangan	Pernyataan	Frekuensi					Rata Rata	Kategori
			SS	S	KS	TS	STS		
			5	4	3	2	1		
4	Persepsi Pelanggan	Reputasi dan citra Fiksi Coffee memiliki kesan positif	4	13	10	2	1	3,56	Baik
		Fiksi Coffee dinilai sebagai <i>coffee house</i> yang menarik dan <i>instagramable</i>	10	13	6	1	0	3,7	Baik

Sumber: Data diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 1.15 menunjukkan hasil bahwa faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Hal tersebut terlihat dengan kepuasan pelanggan yang memiliki rata-rata paling rendah. Pernyataan pertama pada variabel loyalitas pelanggan yaitu “Saya puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Fiksi Coffee” mendapatkan rata-rata 2,87 dengan kategori kurang baik dan pernyataan kedua “Pelayanan yang diberikan oleh Fiksi Coffee sesuai dengan harapan saya” mendapatkan rata-rata sebesar 2,80 dengan kategori kurang baik. Rendahnya kepuasan pelanggan mengindikasikan bahwa rata-rata pelanggan tidak puas dengan Fiksi Coffe. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya keluhan pelanggan seperti di antaranya pelanggan tidak puas dengan pelayanan yang diberikan seperti lambatnya respons karyawan dalam melayani, kurangnya keramahan saat memberikan pelayanan, serta ketidaksesuaian pelayanan yang diterima dengan harapan pelanggan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat kekurangan dalam kualitas pelayanan yang berpotensi menurunkan tingkat kepuasan pelanggan.

Ketidakpuasan dapat muncul ketika pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan konsumen sehingga pelanggan merasa kecewa dan cenderung beralih ke perusahaan lain. Keluhan tidak boleh diabaikan oleh perusahaan karena jika mengabaikan berarti perusahaan membuat pelanggan merasa tidak dihargai dan tidak diperhatikan. Penyampaian keluhan pada dasarnya dilakukan dengan dua cara yaitu secara lisan dan tertulis, misalnya keluhan di berbagai forum atau grup komunitas di media sosial. Berikut peneliti sajikan beberapa keluhan pelanggan yang ada pada Fiksi Coffee Majalengka:

Tabel 1. 16
Data Keluhan Pelanggan Fiksi Coffee Majalengka Tahun 2024-2025

No	Jenis Keluhan	Keluhan 2024	Kenaikan (%)	Keluhan 2025
1	Kualitas Pelayanan	13	38,4%	18
2	Karyawan	8	50%	12
Total Keluhan		21		30

Sumber: *Google Review Fiksi Coffee*

Berdasarkan Tabel 1.16 dapat dilihat bahwa terdapat beberapa jenis keluhan yang sering diterima oleh Fiksi Coffee. Dengan adanya pelanggan yang mengeluh, maka dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan pada Fiksi Coffee dinilai masih rendah. Keluhan yang disampaikan oleh pelanggan tersebut dapat mempengaruhi penurunan jumlah konsumen karena pelanggan yang merasa tidak puas cenderung enggan melakukan pembelian ulang dan beralih ke *coffee shop* lain yang dianggap mampu memberikan pelayanan yang lebih baik. Keluhan yang diterima sebagian besar berkaitan dengan kualitas pelayanan yang dinilai belum mampu memenuhi harapan konsumen, seperti kurang cepatnya pelayanan, kurang ramahnya karyawan, serta kurang tanggap dalam menangani kebutuhan konsumen. Kondisi tersebut dapat menimbulkan rasa kecewa sehingga berpotensi menurunkan tingkat

kepuasan dan loyalitas pelanggan. Apabila kondisi ini terus berlanjut, citra Fiksi Coffee juga dapat terdampak karena konsumen yang tidak puas berpotensi memberikan penilaian negatif kepada orang lain. Oleh karena itu, pihak manajemen perlu melakukan perbaikan dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar sesuai dengan harapan konsumen. Peningkatan kualitas pelayanan diharapkan mampu menciptakan kepuasan pelanggan, meningkatkan kepercayaan konsumen, mendorong terjadinya pembelian ulang, serta membuat konsumen bersedia merekomendasikan Fiksi Coffee kepada orang lain.

Melihat fenomena yang terjadi, maka dilakukan penelitian pendahuluan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan Fiksi Coffee. Penelitian pendahuluan ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang dinilai paling berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan persepsi konsumen. Hal tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Meithiana Indrasari (2019:87) yang menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya. Hasil penelitian pendahuluan ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang menjadi perhatian utama pelanggan sehingga dapat dijadikan dasar dalam menentukan variabel yang akan diteliti lebih lanjut. Adapun penelitian pendahuluan dilakukan terhadap 30 responden yang merupakan pelanggan Fiksi Coffee, pada halaman selanjutnya:

Tabel 1. 17
Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Faktor-faktor Yang Mempengaruhi
Kepuasan Pelanggan Fiksi Coffee

No	Keterangan	Pernyataan	Frekuensi						Kategori
			SS	S	KS	TS	STS	Rata	
			5	4	3	2	1	Rata Rata	
1	Kualitas Produk	Menu yang ditawarkan Fiksi Coffee sangat beragam	8	12	7	2	1	3,8	Baik
		Makanan dan minuman yang disajikan Fiksi Coffee memiliki rasa yang enak	9	13	5	2	1	3,9	Baik
2	Kualitas Pelayanan	Pelayanan yang saya terima di Fiksi Coffee selalu konsisten setiap kali berkunjung	4	5	10	7	4	2,9	Kurang baik
		Karyawan Fiksi Melayani saya dengan ramah	4	5	10	8	3	2,9	Kurang baik
3	Emosional	Mengunjungi Fiksi Coffee memberikan perasaan senang dan nyaman	10	13	6	1	0	4,0	Baik
		Suasana di Fiksi Coffee membuat pengalaman menikmati kopi lebih menyenangkan	6	11	8	3	2	3,5	Baik
4	Harga	Harga minuman dan makanan di Fiksi Coffee	11	13	4	1	1	5,0	Sangat Baik

No	Keterangan	Pernyataan	Frekuensi						Kategori
			SS	S	KS	TS	STS	Rata	
			5	4	3	2	1	Rata	
5	Biaya	sesuai dengan kualitas							
		Harga yang ditawarkan Fiksi Coffee sangat terjangkau	10	12	6	2	0	4,0	Baik
		Nilai yang diperoleh dari menikmati produk Fiksi Coffee sebanding dengan biaya yang dikeluarkan	9	11	7	2	1	3,8	Baik
		Waktu dan usaha untuk mendapatkan produk di Fiksi Coffee sepadan dengan pengalaman yang diterima	8	13	5	2	2	3,7	Baik

Sumber: Data diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 1.17 dari hasil penelitian diketahui bahwa pernyataan yang diberi tanda warna kuning terindikasi mengalami permasalahan. Hasil pada tabel tersebut menunjukkan adanya permasalahan mengenai kualitas pelayanan yang memiliki kategori kurang baik. Pernyataan pertama pada variabel kualitas pelayanan dengan pernyataan “Pelayanan yang saya terima di Fiksi Coffee selalu konsisten setiap kali berkunjung” mendapatkan rata-rata 2,9 dengan kategori kurang baik dan pernyataan kedua “Karyawan Fiksi melayani saya dengan ramah” mendapatkan rata-rata sebesar 2,9 dengan kategori kurang baik.

Rendahnya penilaian pada pernyataan mengenai konsistensi pelayanan menunjukkan bahwa pelanggan belum memperoleh pelayanan yang relatif sama pada setiap kunjungan. Menurut Wardhana (2024), kualitas layanan perlu diberikan secara konsisten agar layanan yang diterima pelanggan dapat sesuai dengan harapan. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsistensi pelayanan menjadi bagian yang penting dalam membentuk pengalaman pelanggan. Pada Fiksi Coffee, rendahnya penilaian tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat pelanggan yang merasakan perbedaan pelayanan pada setiap kunjungan.

Selanjutnya, pernyataan mengenai keramahan karyawan memperoleh rata-rata sebesar 2,9 dengan kategori kurang baik. Menurut Ramadhan dan Rahman (2019:58), *assurance* berkaitan dengan kemampuan personel pelayanan dalam memberikan rasa percaya kepada pelanggan melalui kompetensi dan kesopanan dalam memberikan pelayanan. Keramahan karyawan merupakan salah satu bentuk interaksi yang dirasakan pelanggan secara langsung selama menerima pelayanan. Rendahnya penilaian tersebut menunjukkan bahwa sikap ramah karyawan Fiksi Coffee belum sepenuhnya dirasakan oleh pelanggan.

Berdasarkan kedua pernyataan tersebut, konsistensi pelayanan dan keramahan karyawan menjadi bagian dari pengalaman pelanggan selama menerima pelayanan di Fiksi Coffee. Pelayanan yang belum konsisten dan interaksi karyawan yang belum sepenuhnya ramah dapat menyebabkan pelayanan yang diterima pelanggan belum sesuai dengan harapannya.

Hal ini diperkuat oleh penelitian Bryan Gerald Gunawan dan Sawidji Widoatmodjo (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki

pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Penelitian tersebut didukung oleh penelitian Moh. Akhsanus Tsalatsa dan Tri Sudarwanto (2021) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan data-data, penjelasan dari teori dan fenomena yang terjadi di lapangan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan menjadikan permasalahan tersebut sebagai topik penelitian dengan mengangkat judul ***“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Fiksi Coffee)”***

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian

Identifikasi dan rumusan masalah dalam penelitian ini diajukan untuk merumuskan dan menjelaskan mengenai permasalahan-permasalahan yang ada dalam penelitian. Permasalahan dalam penelitian ini meliputi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Fiksi Coffee.

1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan penulis, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yaitu:

1. Kabupaten Majalengka menjadi wilayah dengan persentase jumlah UMKM yang menurun dibandingkan wilayah lainnya.
2. Subsektor kuliner berkontribusi tinggi terhadap PDRB, namun persentasenya paling rendah dan terus menurun.

3. Pertumbuhan pelaku usaha kuliner menjadi yang terendah dibandingkan subsektor unggulan lainnya.
4. Kafe merupakan jenis industri kuliner dengan tingkat pertumbuhan terendah.
5. *Coffee house* menjadi jenis usaha kafe dengan pertumbuhan paling rendah.
6. Jumlah pengunjung *coffee house* paling rendah dari jenis kafe lainnya.
7. Pertumbuhan *coffee house* di daerah Majalengka Kulon paling rendah.
8. Fiksi Coffee mendapatkan hasil transaksi terendah *coffee house* yang ada di daerah Majalengka Kulon.
9. Jumlah pengunjung bersifat fluktuatif dengan kecenderungan menurun.
10. Pendapatan Fiksi coffee mengalami penurunan selama tahun 2025.
11. Data pelanggan lama Fiksi Coffee yang terus menurun.
12. Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan rendahnya loyalitas pelanggan Fiksi Coffee.
13. Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan rendahnya kepuasan pelanggan Fiksi Coffee.
14. Fiksi Coffee mendapatkan banyak keluhan pada penilaian *Google Review* terutama pada bagian kualitas pelayanan.
15. Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan rendahnya kualitas pelayanan Fiksi Coffee.

1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan dan menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kualitas pelayanan pada Fiksi Coffee.
2. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kepuasan pelanggan pada Fiksi Coffee.
3. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai loyalitas pelanggan pada Fiksi Coffee.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Fiksi Coffee.
5. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Fiksi Coffee.
6. Seberapa besar pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Fiksi Coffee.
7. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan Fiksi Coffee secara langsung atau tidak langsung.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan, maka dapat diperoleh tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Tanggapan pelanggan mengenai kualitas pelayanan pada Fiksi Coffee.
2. Tanggapan pelanggan mengenai kepuasan pelanggan pada Fiksi Coffee.
3. Tanggapan pelanggan mengenai loyalitas pelanggan pada Fiksi Coffee.

4. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Fiksi Coffee.
5. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Fiksi Coffee.
6. Besarnya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Fiksi Coffee.
7. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan Fiksi Coffee secara langsung atau tidak langsung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang nyata mengenai keadaan sesungguhnya berkaitan dengan judul yang penulis ambil. Kegunaan yang diharapkan dalam penelitian ini dibagi menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran. Terdapat kegunaan teoritis adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti
 - a. Menambah ilmu pengetahuan mengenai pemasaran khususnya mengenai kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.
 - b. Sebagai alat untuk mempraktekan teori-teori yang telah di peroleh selama

perkuliahan sehingga penulis dapat menambah pengetahuan serta wawasan

- c. Menambah ilmu pengetahuan dan pemahaman yang belum peneliti peroleh pada saat perkuliahan dengan membandingkan teori dan praktik.

2. Bagi Pihak Lain

- a. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian dengan topik yang sama.
- b. Sebagai bahan perbandingan maupun perkembangan penelitian ke depan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan praktis bagi pihak internal perusahaan ataupun pihak eksternal, serta peneliti sendiri sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

- a. Menjadi lebih memahami kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan berdasarkan kualitas pelayanan pada Fiksi Coffee.
- b. Mengetahui hasil dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

- a. Mengetahui bagaimana dampak kualitas pelayanan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tambahan dan bisa menjadi bahan evaluasi perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan saat ini dan di masa depan