

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan hidup dalam lingkungan yang selalu mengalami banyak perubahan dengan rumit dan cepat. Perusahaan dapat memenangkan persaingan, memuaskan konsumen, dan memperoleh profit yang tinggi diperlukan keunggulan kompetitif. Hal ini dapat diciptakan melalui keunggulan produk, pelayanan, harga, maupun aspek lainnya yang menjadi alasan konsumen memilih loyal ke produk barang maupun jasa dari suatu perusahaan (Lestari, 2019). Sebuah perusahaan harus mampu menunjukkan keunggulan produk atau jasa yang dihasilkannya dibandingkan dengan para pesaingnya. Hal ini dilakukan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin beragam. Tentu saja situasi ini juga menyebabkan peningkatan jumlah pesaing yang terlibat di berbagai industri strategis. Persaingan kompetitif ini terjadi hampir semua sektor industri, termasuk ritel. Modernisasi yang terjadi memudahkan terjadinya pergeseran *trend* masyarakat dalam hal konsumsi sehari-hari. Mendukung hal ini melihat fakta bahwa konsumen termotivasi untuk berbelanja bukan hanya untuk produknya saja, tetapi sebagai berkelana sesuatu hal yang menyenangkan, seperti menikmati suasana tempat, melihat penawaran, dan mendapatkan informasi dari penjual tentang karakteristik di suatu wilayah (Wijaya, 2022).

Kedai kopi bukan hanya tempat untuk dinikmati minumannya saja, tetapi juga dikenal dengan layanan yang ditawarkan, kedai kopi juga harus didukung dengan kualitas produk dan pelayanan yang memuaskan. Sistem pelayanan perlu didasarkan pada kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan adab yang baik kepada pengunjung, sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah memuaskan konsumen, sehingga menciptakan *value* bagi perusahaan. Bisnis kedai kopi melihat suatu bentuk bisnis yang menyediakan produk dengan layanan. Guna meningkatkan hal itu, manajer warung kopi harus bisa memahami permintaan dan menciptakan kepuasan pelanggan era persaingan komersial yang semakin ketat di industri kedai kopi. Kedai kopi atau warung kopi harus dapat menjaga bisnis dan berusaha untuk

bisa mempertahankan pelanggannya. Upaya yang dapat dilakukan oleh kedai kopi adalah meningkatkan kualitas menu, menciptakan inovasi menu baru, dan meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan tetap loyal (Aulya dan Djastuti, 2013).

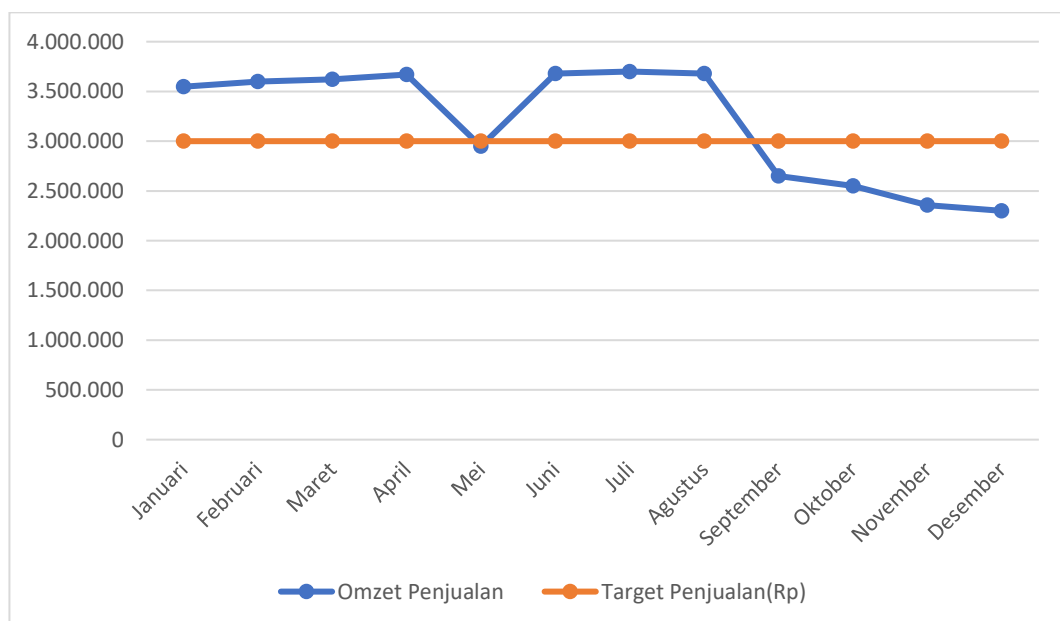
Berbagai kedai kopi unik di Tasikmalaya, kedai Kopi Picnic yaitu salah satu kedai kopi yang menawarkan keindahan alam yang memanjakan mata, sekitarnya dikelilingi kebun teh dan udara yang sangat sejuk dan sangat cocok untuk menikmati kopi disana, kedai Kopi Picnic berdiri sejak tahun 2020. Konsep kedai Kopi Picnic adalah kedai kopi dengan nuansa *outdoor* dengan interior yang mengekspresikan karakteristik rumah klasik kuno dan dikelilingi kebun teh yang hijau. Nama picnic sendiri berarti berpergian ke suatu tempat dengan tujuan untuk bersenang-senang untuk menghilangkan rasa penat. Kedai Kopi Picnic adalah salah satu contoh *coffee shop* yang ada di Kabupaten Tasikmalaya khususnya daerah Kecamatan Taraju yang muncul ketika sedikitnya kompetitor di Kabupaten Tasikmalaya khususnya daerah Taraju, maka Kopi Picnic lahir dengan menciptakan suasana *outdoor* dengan harga yang masih terjangkau.

Kedai Kopi Picnic mengadopsi budaya masyarakat yang sering berkumpul dan bersantai di warung kopi ataupun kafe. Kedai kopi Picnic juga menyediakan tempat parkir dan halaman yang asri untuk menciptakan kenyamanan bagi para pengunjung yang datang. Kedai Kopi Picnic juga menyediakan fasilitas yang terus di perbaiki supaya memberikan kenyamanan terhadap pengunjung. Selain itu Kopi Picnic menyediakan mushola dan toilet untuk para pelanggan. Beberapa fasilitas tersebut ditawarkan untuk mencapai tujuan utama yaitu kepuasan konsumen. Kopi Picnic termasuk kedai kopi yang masih dalam pertumbuhan dan perkembangan bisnisnya. Kualitas pelayanan menjadi prioritas penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Faktor-faktor seperti inilah yang dapat menyebabkan konsumen beralih ke tempat-tempat perbelanjaan lain yang mempunyai kelebihan dibandingkan kedai sebelumnya. Kedai Kopi Picnic memiliki target omzet penjualan yang naik turun setiap bulannya dan dikatakan belum puas terhadap hasil penjualannya. Data hasil pendapatan kedai Kopi Picnic dari Januari 2021 sampai Desember 2021 dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1. Hasil Keuntungan Penjualan Kedai Kopi Picnic Tahun 2021

Bulan	Omzet (Rp)	Rata-rata Omzet/hari (Rp)	Target Omzet Penjualan/Bulan (Rp)
Jan	3.547,000	118,233	3.000,000
Feb	3.600,000	120,000	3.000,000
Mar	3.620,000	124,288	3.000,000
Apr	3.669,000	122,300	3.000,000
Mei	2.950,000	983,000	3.000,000
Jun	3.680,000	122,600	3.000,000
Jul	3.700,000	123,963	3.000,000
Ags	3.680,000	122,666	3.000,000
Sep	2.650,000	88,333	3.000,000
Okt	2.549,000	84,966	3.000,000
Nov	2.756,000	91,866	3.000,000
Des	2.300,000	76,666	3.000,000

Pada Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa omzet yang didapatkan kedai Kopi Picnic setiap bulannya masih belum stabil. Omzet yang didapatkan Kopi Picnic juga belum mengalami peningkatan yang tidak tentu, omzet perbulan didapatkan dari hasil penjualan bersih. Selanjutnya rata-rata omzet perbulan dibandingkan dengan target penjualan. Hasil perbandingan tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Grafik Rata-Rata Omzet Kopi Picnic Per Bulan Tahun 2021

Berdasarkan Gambar 1.1 dilihat dari bulan September 2021 sampai Desember 2021 terjadinya penurunan penjualan di kedai Kopi Picnic per bulan membuat usaha kedai kopi ini tidak mencapai target yang telah ditentukan dan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen, dengan mengidentifikasi karakteristik demografis konsumen Kopi Picnic dan menganalisis tingkat kepuasan konsumen dalam upaya menarik minat konsumen untuk berkunjung. Pengamatan yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner pendahuluan terhadap 30 orang responden. Tujuannya untuk mengetahui faktor apa saja yang perlu di perhatikan untuk mengetahui kepuasan konsumen sesuai dengan kebutuhannya, hasilnya dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2 Atribut Permasalahan Prioritas Menurut Konsumen

No.	Atribut	Jumlah Responden
1	Pelayanan	18
2	Fasilitas	9
3	Informasi	3
Total		30

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas, dari ketiga faktor yang diamati terdapat dua faktor yang sebaiknya lebih menjadi perhatian bagi pihak perusahaan untuk dapat menjaga serta meningkatkan minat beli konsumen, diantaranya yaitu faktor pelayanan dan fasilitas maka dari itu penelitian ini akan menganalisis kepuasan pelanggan dari tingkat layanan.

Melihat permasalahan tersebut, maka penelitian ini akan melakukan analisis tingkat kepuasan konsumen pada kedai Kopi Picnic. Pengukuran kepuasan konsumen menggunakan *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Semakin pesatnya persaingan antar pengusaha dibidang industri maupun di bidang jasa membuat pelaku bisnis semakin berloma untuk memberikan kepuasan bagi para konsumennya, begitu pula di kedai Kopi Picnic ini memberikan kepuasan untuk menciptakan kenyamanan dan loyalitas konsumennya. Hal ini kepuasan konsumen menjadi momok yang sangat penting

dimana tingkat pelayanan menjadi prioritas utama bagi konsumen supaya para karyawan di kedai harus lebih profesional kepada konsumen. Adanya indikator *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy*, penelitian ini dapat mengetahui kepuasan konsumen menggunakan metode CSI dan IPA (Suwanto, 2022) dan mencari usulan perbaikan agar dituntut untuk memaksimalkan potensi yang ada.

1.2. Rumusan Masalah

Mencari kepuasan terhadap suatu perusahaan seharusnya mendasarkan pada hal-hal yang dibutuhkan kepada konsumen. Ketika konsumen puas akan berdampak positif terhadap tingkat penjualan. Pada beberapa bulan terakhir terjadinya penurunan jumlah konsumen di kedai Kopi Picnic dan penjualan tidak memenuhi target yang diinginkan. Penurunan jumlah konsumen berdampak pada hasil penjualan. Kedai Kopi Picnic sedang meningkatkan pelayanan terhadap konsumen, namun belum dilakukan kajian terhadap tingkat kepuasan yang diterima oleh konsumen. Supaya memenuhi kepuasan konsumen, kedai Kopi Picnic dituntut untuk meningkatkan pelayanan sesuai dengan kebutuhan konsumen, dengan mengetahui tingkat kinerja di kedai Kopi Picnic dan harapan konsumen, peneliti dapat melihat seberapa besar kepuasan pelanggan terhadap kedai Kopi Picnic dan harapan yang dapat memberikan usulan perbaikan terhadap kinerja dengan memperhatikan variabel-variabel yang sudah dikaji.

1.3. Tujuan Penelitian

Berikut adalah tujuan-tujuan dari penelitian yaitu:

1. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen kedai Kopi Picnic di daerah penelitian.
2. Mengetahui usulan perbaikan terhadap kekurangan pada kedai Kopi Picnic.

1.4. Batasan Masalah

Pada penelitian ini, penulis membatasi penelitian pada:

1. Objek penelitian dilakukan pada kedai Kopi Picnic di Kabupaten Tasikmalaya

2. Pengambilan data dilakukan di kedai Kopi Picnic dan sampel di ambil dari konsumen yang telah datang ke kedai Kopi Picnic

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Bagi Peneliti

Manfaat yang didapatkan bagi peneliti dari penelitian yang dilakukan adalah dapat mengimplementasikan ilmu yang telah didapatkan selama perkuliahan serta mampu mengaplikasikan teori yang dipelajari dalam perkuliahan untuk menyelesaikan permasalahan pada saat melaksanakan penelitian.

2. Bagi kedai Kopi Picnic

Manfaat yang didapatkan bagi pihak kedai Kopi Picnic adalah dapat mengetahui variabel dan kepuasan konsumen kemudian dapat dijadikan acuan untuk mempertahankan atau memperbaiki kualitas pelayanan terhadap kedai Kopi Picnic.

3. Institusi

Manfaat yang didapatkan bagi pihak institusi adalah sebagai referensi pembelajaran terbaru berdasarkan metode dan objek yang serupa untuk dijadikan referensi dan bahan ajar yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang.