

BAB I

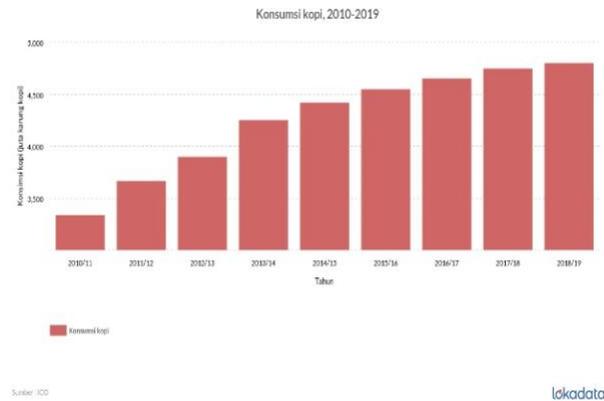
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis *Food and Beverages* semakin marak. Penyajian makanan dan minuman yang menarik menjadi daya tarik utama dalam dunia ini. *Food And Beverage* adalah bentuk usaha yang memiliki tanggung jawab pada kebutuhan. Memberikan pelayanan untuk menyediakan makanan dan minuman. Tak hanya itu food and beverage juga memberikan layanan untuk menyediakan semua kebutuhan [1]. Kebutuhan serta permintaan yang selalu meningkat menjadikan bisnis *Food and Beverages* selalu berpeluang, sehingga besar ketertarikan masyarakat untuk terjun ke bisnis ini. Para pelaku usahanya berlomba-lomba berinovasi dan memaksimalkan potensi yang ada

Ditambah, Indonesia adalah salah satu negara dengan hasil alam yang melimpah. Dikenal dengan makanan dan minumannya yang kaya akan rasa, mendorong para pelaku usaha yang berkecimpung di dunia ini untuk “berekspolarasi” lebih dalam sehingga menjadikan bisnis ini terus berkembang. Masih banyak orang yang rela menempuh jarak yang jauh demi mencicipi menu tertentu, mulai dari makanan minuman tradisional, mancanegara, hingga *Fusion* antar keduanya. Dengan hasil alam Indonesia yang melimpah, tentu ini sangat potensial untuk pengembangan sektor bisnis. Terbukti dari salah satu komoditas yang dapat perhatian lebih dan berhasil menjadi salah satu pemasukan besar bagi devisa negara, yaitu kopi.

Komoditas satu ini menjadi minuman yang paling banyak digemari dan diminati sekarang. Mengutip data dari *International Coffee Organization* atau ICO, tingkat konsumsi kopi di Indonesia terus bertambah. Angka presentase pertumbuhannya sendiri sekitar mencapai 44% (terhitung dari Oktober 2008 - September 2019) menjadikan Indonesia berada di urutan ke-5 tingkat konsumsi kopi dunia. Indonesia sendiri menjadi salah satu negara eksport kopi terbesar di dunia ke-4 setelah Kolombia, Vietnam, Brazil.



Gambar 1.1 Pertumbuhan Industri kopi

Sumber : ICO Pertumbuhan Konsumsi Kopi IDN

Demi mencapai hasil yang maksimal, tentu faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas kopi harus diperhatikan dan dijaga, sehingga keunggulan hasil alam komoditas satu ini tidak sia-sia. Para pelaku usaha di industri ini harus memperhatikan kualitas dari produk yang mereka jual. Kualitas adalah *Conformance To Requirement*, yaitu sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan. Standar kualitas meliputi bahan baku, proses produksi dan produk jadi [3]. Dengan kualitas yang baik tentu akan berdampak pada kepuasan konsumen, sehingga keinginan tersebut dapat terpenuhi atau bahkan melebihi harapan. Dengan begitu tujuan bisnis yang sehat dapat tercapai. Kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang [4].

Ruang lingkup yang menyenangkan serta pasar yang menjanjikan menjadi alasan kuat kenapa bisnis ini sangat digemari. Bisa kita lihat dari “menjamurnya” nya *Coffee Shop* atau kedai kopi di berbagai daerah, salah satunya kota Tangerang Selatan. Tumbuhnya bisnis kopi di Tangerang Selatan menunjukkan bahwa *Demand* kopi di kota ini cukup besar. Pertumbuhan pesat industri ini tentu sangat terlihat, salah satunya dari Pasar Kita Modern Pamulang yang sekarang menjadi salah satu destinasi utama para remaja untuk *Hang Out*. Pasar Kita Modern Pamulang yang tadinya pasar sayur konvensional kini berubah dan sekarang lebih dikenal sebagai “sentral

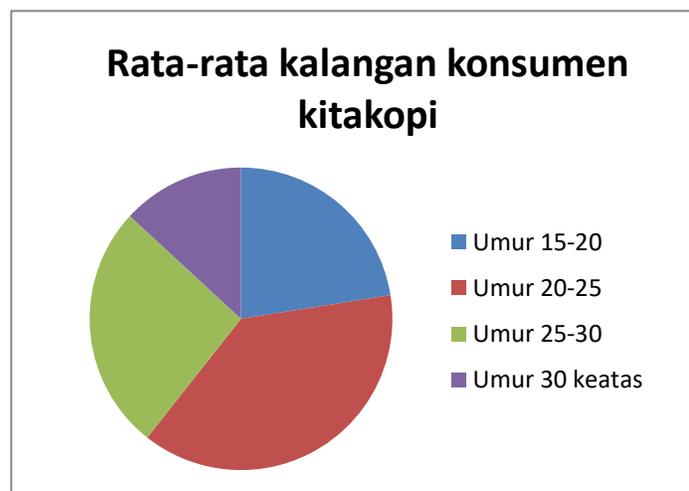
kopi” di tangerang selatan. Di pasar ini terdapat 20 kedai kopi yang *Running* secara bersamaan. Dengan harga yang *Affordable* ditambah konsep masing-masing kedai yang berbeda, tidak heran jika daya tarik Pasar Kita Modern Pamulang kuat. Ditambah, para pelaku usaha kopi di Pasar Kita di dominasi oleh anak muda, salah satunya Kitakopi Pamulang

Gambar 1.2 Logo Kitakopi Pamulang



Sumber : Data Kitakopi Pamulang

Kitakopi Pamulang berada di sisi utara Pasar Kita Modern Pamulang Sisi utara tergolong terbelakang atau masih berkembang karena posisinya yang berada di jalur keluar. Kitakopi Pamulang menjadi salah satu kedai yang dapat bertahan dari 5 tenant dengan total 8 kios di sisi utara. Kitakopi Pamulang sendiri berdiri pada bulan Agustus tahun 2020. Berkonsep semi klasik dengan lampu *Warm White* yang membawa kesan hangat. Tempatnya sendiri tidak begitu besar, hanya kios berukuran 3,5 X 3 dengan konfigurasi *Full Outdoor* dengan kapasitas maksimal *Dine In* sekitar 30 orang. Setelah berdiskusi dengan pemilik dan tim terkait, Mereka pun menyadari bahwa banyak keterbatasan dari segi tempat. Pemilik mengakui banyak *Coffee Shop* atau kedai kopi lain yang tempatnya jauh lebih baik. Jika bukan produk, harga dan pelayanan yang dijual, rasanya akan berat bersaing.



Gambar 1.3 Diagram Kalangan Umur Konsumen

Sumber : Data Kitakopi Pamulang

Strategi awal Kitakopi Pamulang berdiri cukup menarik. Setelah riset panjang soal karakteristik rasa yang diinginkan oleh pasar, Kitakopi Pamulang mulai menjual produknya dengan berbagai promo. Mereka mengejar *Quantity* yang besar untuk memperkenalkan dan memperluas rasa originalitas dari produk kopi mereka. Selanjutnya yaitu urusan pelayanan. Wajib bagi tim Kitakopi Pamulang untuk menyapa Konsumen yang datang serta membantu mengedukasi dan merekomendasikan produk apa yang cocok untuk mereka. Keterbukaan kritik serta saran pun menjadi yang utama. Segala bentuk kekurangan atau keluhan sangat mudah dan nyaman untuk disampaikan secara langsung maupun melalui platform *Social Media* yang tersedia. Secepatnya mengambil langkah pertimbangan evaluasi untuk kedepannya. Lalu harga jual nya yang sangat sesuai dengan target pasar sekitar sehingga daya beli cukup tinggi, luas dan tidak memberatkan. Semua kalangan dapat menikmati hasil alam kopi Indonesia yang luar biasa beragam tanpa perlu khawatir soal harga yang tinggi. Maka dari itu, konsumen Kitakopi bukan hanya anak muda, tetapi kalangan Orang tua pun dapat nyaman bersama menikmati sajian yang ada tanpa ada kesenjangan. Produk, harga jual yang *Affordable*, serta *Hospitality* yang baik menjadi pondasi utama Kitakopi Pamulang yang sebaik mungkin selalu dijaga. Ini lah yang menjadi alasan kenapa kedai kopi kecil sederhana ini dapat bertahan dan digemari

Tabel 1.1 Data Jumlah Cup Keluar Periode November 2021-Maret 2022

No.	Bulan	Target Jumlah Cup Keluar	Realisasi Jumlah Cup Keluar	Presentase (%)	Presentase Penurunan (%)
1	November	800	813	101,625	
2	Desember	900	895	99,4	0,6
3	Januari	850	812	95,5	-5
4	Februari	800	757	94,6	-6
5	Maret	800	743	92,8	-8
Jumlah			4,020		

Sumber : Olahan Data Kitakopi Pamulang

Walau pada kurun waktu 4 bulan terakhir, terdapat penurunan berturut dari produk yang terjual. Terlihat penurunan dari bulan desember - maret pada tabel diatas yang disebabkan oleh

naiknya angka covid di Tangerang Selatan. Tetapi jika dilihat secara visual, Kitakopi tetap menjadi salah satu kedai di sisi utara Pasar Kita yang masih ramai di kunjungi pembeli. Dengan semua latar belakang tersebutlah yang membuat peneliti tertarik untuk menganalisa sudah sejauh mana kepuasan konsumen Kitakopi Pamulang. Maka judul penelitian yang diambil adalah **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN PADA KONSUMEN KITAKOPI PAMULANG ”**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Konsumen Kitakopi Pamulang?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Konsumen Kitakopi Pamulang?
3. Apakah harga produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Konsumen Kitakopi Pamulang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, berikut tujuan pembuatan skripsi ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Harga Produk terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kitakopi Pamulang.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam pembuatan skripsi ini hanya terfokus kepada faktor-faktor yang berkaitan dengan kualitas produk, harga produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam skripsi ini terdapat 5 (lima) bab, yaitu :

1. BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batas masalah, dan sistematika penulisan penelitian.

2. BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori yang berkaitan dengan penelitian.

3. BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai diagram alur dari mulainya proses awal dalam suatu jalanya penelitian yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah.

4. BAB 4 HASIL

Bab ini membahas mengenai hasil dari pengolahan data yang dihasilkan dari jawaban responden

5. BAB 5 KESIMPULAN

Bab ini adalah akhir dari penelitan yang berisi kesimpulan dan saran.