

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman dan meningkatnya gaya hidup masyarakat pada saat ini, salah satunya adalah kebutuhan dan gaya hidup dasar masyarakat di Indonesia sangat beragam. Salah satu kebutuhan dasar manusia adalah makanan dan minuman. Kebutuhan manusia bisa diperoleh dengan cara memasak ataupun membelinya di rumah makan, restoran ataupun *café*. Dapat diketahui bahwa di Indonesia sendiri sudah banyak terdapat dimana-mana seperti rumah makan, restoran ataupun *café* yang tersebar di berbagai tempat mulai dari perkotaan besar sampai tempat terpencil di pinggiran kota.

Dengan ketatnya persaingan dalam bisnis bidang makanan dan minuman atau dikenal dengan istilah kuliner yang ditandai dengan semakin banyaknya bisnis dalam bidang kuliner yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama akan tetapi memiliki harga dan pelayanan yang beraneka ragam. Para pelaku bisnis usaha kuliner dituntut untuk menciptakan strategi yang dapat menarik para konsumen untuk membeli ataupun mengkonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan agar dapat bersaing dan lebih unggul dibandingkan dengan pesaing lainnya. Menurut Schnaars (1991)[3] pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Salah satu cara untuk menarik para konsumen adalah dengan selalu melakukan perubahan atau inovasi dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen agar konsumen merasa puas terhadap produk, barang atau jasa yang telah mereka beli. Dengan memikirkan kepuasan dari para konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik (Tjiptono, 2012)[3].

Kepuasan pelanggan menjadi salah satu yang sangat diperhatikan oleh setiap bisnis usaha maupun perusahaan khususnya dibidang kuliner dalam menjalankan kegiatan usahanya. Untuk sekarang semakin banyak pelaku bisnis usaha yang semakin memahami arti pentingnya dari kepuasan konsumen dan menyusun strategi untuk

memberikan kepuasan bagi konsumennya. Dalam halnya kepuasan pelanggan, pelanggan menjadi kunci kesuksesan bisnis tersebut, jika pelanggan sampai membandingkan dan menilai suatu bisnis dari segi kualitas produk yang kurang baik, pelayanan yang buruk, harga tidak konsisten, dan juga lokasi dari sebuah bisnis dengan bisnis lain yang serupa atau bisnis yang sama, maka bisnis tersebut akan sulit berkembang. Manfaat yang diberikan oleh kepuasan konsumen bagi bisnis khususnya bisnis dalam bidang kuliner adalah dengan memberikan kepuasan dan mempertahankannya kepada konsumen, maka loyalitas konsumen akan muncul dan cenderung untuk kembali dan membeli ulang produk, barang dan jasa yang telah mereka konsumsi. Dengan memperhatikan kepuasan konsumen, maka perusahaan akan dapat mempertahankan keberadaan konsumennya (Kotler dan Keller, 2009)[1]. Oleh karena itu kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan sebuah bisnis, tidak terkecuali bisnis dalam bidang kuliner.

Ada beberapa faktor yang menjadi faktor penting pendorong kepuasan konsumen diantaranya yaitu kualitas produk, pelayanan, harga, dan lokasi. Khususnya dibidang kuliner, faktor-faktor tersebut benar-benar menjadi pendorong kepuasan konsumen tersebut. Untuk menciptakan kepuasan bagi konsumen setelah konsumen mengkonsumsi produk, barang ataupun jasa yang diberikan oleh para pelaku bisnis, terutama bisnis dalam bidang kuliner.

Kualitas produk menjadi salah satu faktor penentu dalam bisnis kuliner, dalam tujuan menciptakan kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan mengkonsumsi suatu produk. Dengan pengertian kualitas adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka (Kotler dan Keller, 2009)[3]. Kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan ekspektasi konsumen.

Untuk mencapai kualitas yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Hal seperti ini bertujuan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan akan produk. Maka dari itu pelaku bisnis tak terkecuali bisnis dalam bidang kuliner dituntut agar mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan

dan selera konsumen, karena kualitas produk yang baik atau buruk akan sangat mempengaruhi konsumen apakah puas ataupun tidak serta akan melakukan pembelian kembali atau tidak.

Selain kualitas produk, yang harus diperhatikan adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh pelaku bisnis terutama bisnis kuliner. Kualitas pelayanan menjadi salah satu yang terpenting dalam meningkatkan kepuasan para konsumen. Pelayanan yang berkualitas akan menjadi daya tarik untuk konsumen/pelanggan. Pelayanan yang berkualitas juga akan berdampak pada konsumen untuk merasakan kepuasan atau tidak yang akan berpengaruh pada bisnis.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga dan lokasi. Harga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan karena pelanggan atau konsumen akan mencari penawaran yang rendah dengan kualitas produk atau pelayanan yang tinggi dibanding penawaran yang biasa atau lebih mahal. Lokasi menjadi salah satu yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan karena lokasi yang mudah dijangkau oleh pelanggan atau konsumen akan merasa puas dan akan datang kembali sedangkan jika sulit maka pelanggan tidak akan puas dan tidak akan datang kembali.

Namun, saat ini dunia dihadapkan dengan permasalahan yang serius termasuk Indonesia mengalami dampak dari permasalahan yang ada saat ini. Permasalahan yang dihadapi saat ini adalah corona virus atau biasa disebut dengan *covid-19* yang melanda seluruh negara di dunia dan berdampak pada seluruh aktivitas kegiatan masyarakat di dunia. Dampak dari virus ini menyebar sampai ke kegiatan ekonomi tidak terkecuali bisnis kuliner yang telah merasakan dampak dari pandemi *covid-19*. Dampak ini terlihat jelas pada beberapa bisnis kuliner yang harus gulung tikar atau bisa kita sebut menutup bisnisnya dikarenakan tidak dapat menahan dampak dari pandemi tersebut. Selain itu virus ini telah merubah pola dan gaya hidup masyarakat serta adanya pembatasan sosial berskala besar dengan maksud membatasi pergerakan masyarakat dan diharapkan untuk berdiam diri di rumah atau kita sebut dengan “*stay at home*” dan pemberlakuan pembatasan sosial atau kita sebut dengan “*physical distancing*”.

Dengan demikian, dapat diketahui bahwa banyaknya bisnis kuliner di daerah Jawa Barat dan terdapat beraneka ragam bisnis kuliner di Bogor yang dimulai dari skala kecil seperti warung-warung, bisnis yang berskala menengah seperti rumah makan, dan *café*, sampai bisnis kuliner berskala besar seperti restoran. Semakin beragam kuliner yang disajikan dan berkembangnya jumlah bisnis yang ada di Bogor membuat daya tarik sendiri untuk dilakukan penelitian tentang bisnis kuliner yang difokuskan untuk mengetahui kepuasan konsumen atau pelanggan saat pandemi *covid-19* pada salah satu jenis bisnis usaha yaitu *café*. Salah satu *café* di Bogor adalah *café* WKWK (Warung Kopi Warung Kekinian).

Café WKWK adalah *café* yang berada di Gunung Sindur, Bogor terletak ditempat yang strategis yaitu depan pintu masuk perumahan Griya Indah Serpong di Jalan Griya Indah Serpong A1 No.1, Gunung Sindur, Bogor. *Café* ini memulai usahanya pada tanggal 21 Januari 2019. *Café* ini menyediakan makanan dan minuman mulai dari makanan ringan, hidangan pembuka, menu utama, hidangan penutup, dan menu minuman yang tersedia beragam guna untuk menyesuaikan keinginan konsumen/pelanggan mulai dari beragam pilihan kopi, teh, susu, dan berbagai minuman lainnya dengan harga yang terjangkau.

Berdasarkan uraian diatas, maka akan sangat menarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang kepuasan konsumen dengan mencari tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen akan kualitas produk, layanan, harga, dan lokasi saat pandemi *covid-19* di *café* WKWK. Dengan itu, maka penelitian ini akan menganalisis dan meneliti dengan judul **“ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP *CAFÉ* WKWK DENGAN METODE IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS DAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah di atas, maka masalah yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Atribut-atribut apa saja yang dianggap penting oleh konsumen untuk mencapai kepuasan konsumen pada saat pandemi *covid-19* terhadap kualitas produk, pelayanan, harga, dan lokasi di *Café WKWK* ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen pada saat pandemi *covid-19* terhadap produk, pelayanan, harga, dan lokasi di *Café WKWK* ?

1.3 Tujuan Masalah

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui atribut-atribut apa saja yang dianggap penting oleh konsumen pada saat pandemi *covid-19* untuk mencapai kepuasan konsumen terhadap kualitas produk, pelayanan, harga, dan lokasi di *Café WKWK*.
2. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen pada saat pandemi *covid-19* terhadap produk, pelayanan, harga, dan lokasi di *Café WKWK*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini :

1. Bagi penulis

Penelitian ini dilakukan untuk menambah wawasan pengetahuan dan mengembangkan ilmu pengetahuan yang sudah di dapat selama perkuliahan serta menerapkan pengetahuan yang dimiliki ke dunia luar.

2. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambahkan pengetahuan akademis khususnya bagi mahasiswa/i program studi Manajemen dibidang manajemen pemasaran.

3. Bagi pengusaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pengusaha terlebih lagi bagi pemilik *Café WKWK* dalam rangka mengidentifikasi dan mengetahui atribut-atribut yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dan menentukan atribut-atribut yang perlu mendapatkan prioritas dari produk, pelayanan, harga, dan lokasi di *Café WKWK* dalam memenuhi kepuasan konsumen.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka perlu dilakukan pembatasan masalah agar pembahasan tidak menyimpang dari perumusan masalah. Pembatasan masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Membatasi hanya pada atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen dan hanya pada kualitas produk, pelayanan, harga, dan lokasi saat pandemi *COVID-19*.
2. Membatasi hanya pada tingkat kepuasan konsumen pada kualitas produk, pelayanan, harga, dan lokasi pada saat *COVID-19*.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang rumusan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi landasan teori yang akan digunakan untuk mendukung permasalahan yang akan dibahas.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini berisi gambaran secara garis besar dari tahapan-tahapan penelitian mulai dari awal penelitian sampai akhir penelitian yang merupakan hasil analisis yang diteliti.

BAB IV Hasil Dan Pembahasan

Bab ini berisi uraian tentang gambaran umum penelitian, responden yang menjadi objek penelitian, serta analisis data dan pembahasan dalam penelitian.

BAB V Penutup

Bab ini berisi uraian singkat atau kesimpulan dari hasil analisis dan masukkan atau saran untuk mengatasi masalah yang diteliti.

