

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi telah lama menjadi bagian yang tak terpisahkan dari budaya Indonesia. Di berbagai daerah, tradisi minum kopi tidak hanya menjadi kegiatan untuk menikmati minuman, namun juga berfungsi sebagai kegiatan berkumpul dan bersosialisasi. Di kedai kopi tradisional, atau yang sering disebut dengan “Warkop”, orang-orang dari berbagai kalangan duduk bersama, ngobrol, bertukar cerita, dan berdiskusi tentang banyak hal mulai dari masalah sehari-hari hingga masalah yang lebih serius seperti politik, budaya dan lain sebagainya. Kopi juga melambangkan momen relaksasi perbincangan dan mempererat hubungan sosial di tengah kesibukan aktivitas sehari-hari.

Beberapa tahun terakhir warung kopi mengalami peningkatan atau perkembangan yg pesat di Indonesia terutama di daerah Aceh. Sebagai salah satu daerah istimewa di Indonesia Aceh mempunyai sejarah panjang sebagai salah satu produsen kopi terkemuka dunia, hal ini ditandai dengan hadirnya kopi Gayo yang berasal dari dataran tinggi Gayo di Aceh Tengah, Bener Meriah dan Gayo Lues. Banyaknya permintaan kopi arabika, robusta, dan lain sebagainya baik itu lokal maupun internasional, mendorong masyarakat untuk menjadi petani kopi dengan memanfaatkan sumber daya alam yang ada (Triyudiana *et al.*, 2023). Di beberapa kota yang ada di Aceh, salah satunya di Lhokseumawe, fenomena warung kopi modern menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Pertumbuhan inilah yang

memunculkan persaingan yang semakin ketat diantara pelaku usaha dalam industri tersebut.

Perkembangan warung kopi di kota Lhokseumawe menunjukkan peningkatan yang signifikan, didorong oleh budaya minum kopi yang telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat Aceh. Dalam beberapa tahun terakhir, banyak warung kopi baru bermunculan dengan konsep yang beragam, mulai dari desain modern yang minimalis hingga gaya tradisional khas Aceh, lengkap dengan fasilitas seperti Wi-Fi, sehingga menarik minat generasi muda, pekerja, hingga pelajar.

Tabel 1. 1
Kedai Kopi Ternama Di Kota Lhokseumawe

No	Nama Kedai Kopi	Alamat Kedai Kopi
1	Assembly Point	Kampung Jawa Lama, Jalan Pondok Bahari, Desa Hagu Selatan, Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe, Aceh.
2	Ocean Coffee	Lancang Garam, Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe, Aceh.
3	Kolega Coffee	Jl. Listrik, Hagu Selatan., Banda Sakti, kota Lhokseumawe, aceh
4	Darussalam Kopi	Jl. Darussalam No.34, Kp. Jawa Baru, Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe, Aceh.
5	Sudut Temu	Jl. Darussalam No.73G, Hagu Selatan, Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe, Aceh
6	Hawalom Kupi	Simpang Empat, Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe, Aceh.
7	Kupie Tem	Jalan Pusong, Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe, Aceh.
8	Petro Dolar	Jl. Merdeka Nomor 1 Kota Lhokseumawe, Aceh.
9	Bara Coffee	Jalan Darussalam, Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe, Aceh.
10	Tama Kopi	Tama Kopi Jalan Paya Bakong No. 2, Kota Lhokseumawe, Aceh.

11	Station Coffee Premium	Jl. Merdeka Barat, Kuta Blang, Kecamatan. Banda Sakti, Kota Lhokseumawe, Aceh
12	Beje Coffee	Jl. Malikussaleh, kp. Jawa Lama, Kec. Banda Sakti, Kota Lhokseumawe, aceh
13	D’Royal Coffe Space	Jl. Merdeka Barat No.44, Lancang Garam, Kec. Banda Sakti, Kota Lhokseumawe, Aceh
14	TR Coffee	Jl. Merdeka No. 9, Lancang Garam, Kec. Banda Sakti, Kota Lhokseumawe, Aceh
15	Qahwa Coffee	Jl. Darussalam No.16b, Kp. Jawa Lama, Banda Sakti, Kota Lhokseumawe, Aceh

Sumber Data : Aceh Info.Id

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas terlihat bahwa ada 15 nama-nama kedai kopi ternama di Aceh yang terletak di kota Lhokseumawe. Dengan datang ke warung kopi “semua masalah pasti selesai di warung kopi”. Begitu pribahasa yang sering diungkapkan. Salah satunya adalah Warung Kupie Tem yang memiliki peluang besar untuk tumbuh dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Warung Kupie Tem, sebelumnya dikenal dengan nama Coffee Time, adalah salah satu tempat favorit saya yang ramai dikunjungi oleh orang-orang karena kualitas pelayanan yang ramah, produk yang sesuai dengan harga, serta suasana tempat yang nyaman. Namun seiring berjalanya waktu, jumlah pengunjung mulai menurun secara signifikan seiring bertambahnya persaingan di industri warung kopi Lhokseumawe. Saat ini, Warung Kupie Tem mengalami penurunan daya saing. Salah satu faktor utama yang menyebabkan penurunan ini adalah banyaknya pilihan tempat yang sebanding dengan ide, harga, dan suasana yang lebih menarik.

Ini sesuai dengan hasil survei awal yang saya lakukan terhadap lebih dari 50 ulasan pelanggan Warung Kupie Tem Lhokseumawe yang saya dapat dari beberapa keluhan langsung dari kerabat, dosen, maupun kawan dan data ulasan dari komentar yang ada di google maps. Adapun data yg diperoleh yaitu adanya

keluhan pada kualitas pelayanan, seperti pelayanan yang tidak profesional dan tidak ramah padahal kondisi sedang tidak ramai. Dalam penelitian ini produk juga termasuk kedalam masalah yang sering dirasakan pelanggan serta harga yang tidak seimbang dengan rasa. Pada variabel store atmosphere didapatkan hasil bahwa Warung Kupie Tem mendapat banyak keluhan baik itu dari segi tempat ataupun gangguan dari berbagai hal lainnya. Adanya suatu keluhan dari pelanggan tentu menjadi sebuah hal yang harus diperhatikan, ini menjadi faktor dimana keunggulan bersaing akan dipertanyakan.

Keunggulan bersaing merupakan hasil yang ingin dicapai oleh setiap pemilik usaha, termasuk pelaku bisnis warung kopi seperti Warung Kupie Tem di Lhokseumawe. Lestari et al. (2020) menyatakan bahwa keunggulan bersaing mencerminkan kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh keuntungan finansial yang lebih tinggi dibandingkan para pesaing di industri yang sama. Berbagai strategi dapat digunakan untuk mencapai keunggulan ini, salah satunya melalui inovasi yang lebih kreatif dan berbeda dari kompetitor. Secara umum, keunggulan bersaing dapat diartikan sebagai kemampuan suatu usaha dalam memberikan nilai lebih kepada pelanggan dibandingkan pesaingnya, baik melalui aspek layanan, kualitas produk, harga, maupun suasana tempat usaha. Sementara itu, Anugrah et al. (2020) menguraikan lima indikator utama dari keunggulan bersaing, yaitu harga, kualitas, keandalan, fleksibilitas produk, serta fleksibilitas volume.

Warung Kopi Tem Lhokseumawe dulunya terkenal sebagai salah satu warung kopi yang sangat ramai dan diminati karena kualitas pelayanan,

kualitas produk, harga yang bersahabat dan suasananya yang nyaman. Namun, popularitasnya sekarang menurun karena persaingan bisnis yang semakin ketat, di mana banyak warung kopi baru menawarkan keunggulan yang lebih baik. Karena banyak penelitian yang telah membahas tentang bagaimana kualitas pelayanan, produk, harga, dan suasana toko memengaruhi daya saing, hanya sedikit penelitian yang mempelajari kondisi bisnis yang mengalami penurunan seperti Kupie Tem. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengisi celah dan menentukan faktor apa yang paling mempengaruhi keunggulan bersaing sebuah bisnis agar dapat bangkit dari persaingan.

Kualitas pelayanan menjadi faktor utama dalam menciptakan sebuah hubungan jangka panjang antara pemilik usaha dengan pelanggan. Akan tetapi masalah yang terjadi sekarang di Warung Kupie Tem Lhokseumawe adalah kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan, oleh karena itu pentingnya penelitian ini dilakukan agar kualitas pelayanan semakin bagus dan meningkat.

Dengan demikian kualitas pelayanan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan cepat dan tepat sesuai harapan pelanggan (Esrito & Yamit, 2023). Sedangkan menurut Simbolon (2024) menyatakan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dapat meningkatkan keunggulan bersaing yang pada akhirnya berdampak positif dan signifikan pada Perusahaan. Selanjutnya menurut Anugrah *et al.* (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Dalam penelitian Rahayu (2024) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan

juga terhadap keunggulan bersaing. Namun, hasil penelitian Rofi (2021) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan keunggulan bersaing. Temuan ini sejalan dengan tanggapan pelanggan Warung Kupie Tem Lhokseumawe, di mana mereka menilai bahwa aspek pelayanan masih memerlukan perbaikan dan berharap adanya peningkatan dalam kualitas layanan yang diberikan.

Selain kualitas pelayanan, produk juga memainkan peran penting dalam menciptakan keunggulan bersaing. Kopi adalah produk utama yang ditawarkan oleh warung kopi modern, sehingga mutu produk yang konsisten dan rasa yang memuaskan akan menjadi nilai tambah. Namun, masalah saat ini di Warung Kupie Tem Lhokseumawe adalah kualitas produk yang menurun. Oleh karena itu, penelitian ini diperlukan untuk meningkatkan kualitas produk dan memenuhi harapan pelanggan.

Karinda dan Sulistyawati (2022) menjelaskan bahwa kualitas produk berkaitan dengan sejauh mana suatu produk mampu memenuhi kebutuhan konsumen, memberikan mutu yang tinggi, serta menawarkan nilai tambah yang membuatnya kompetitif di pasar. Dalam menghadapi persaingan, perusahaan perlu menghadirkan produk dengan kualitas unggul yang mampu memberikan manfaat lebih bagi pelanggan. Sejalan dengan hal tersebut, Syairi (2023) menegaskan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan keunggulan bersaing. Pandangan serupa juga dikemukakan oleh Lestari et al. (2020), yang menyatakan bahwa kualitas produk berkontribusi secara signifikan dalam memperkuat daya saing suatu usaha. Pendapat lain

menurut Nurainun & Lubis (2019) mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Akan tetapi menurut Novitasari *et al.* (2021) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Ini sejalan dengan ulasan pelanggan di Warung Kupie Tem Lhokseumawe, yang menyatakan bahwa kualitas produk masih perlu ditingkatkan, dan pelanggan mengharapkan produk yang lebih baik.

Di sisi lain, harga merupakan salah satu faktor yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam memutuskan pembelian. Namun, ketidaksesuaian harga dengan kualitas yang diterima oleh pelanggan adalah masalah saat ini yang ada di Warung Kupie Tem Lhokseumawe. Oleh karena itu, penelitian ini diperlukan untuk menetapkan harga yang lebih tepat dan sesuai dengan nilai yang dirasakan pelanggan.

Sinambela (2021) menjelaskan bahwa strategi penetapan harga mencerminkan bagaimana penjual dan konsumen memandang nilai dari suatu produk. Penelitian yang dilakukan oleh Zuhdi dan Muniroh (2021) menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hasil serupa juga ditemukan oleh Desfrida *et al.* (2024) serta Rahayu (2024), yang sama-sama menegaskan bahwa harga berperan penting dalam meningkatkan daya saing suatu usaha. Namun, temuan berbeda dikemukakan oleh Yucha dan Cahyani (2022), yang menyatakan bahwa pengaruh harga terhadap keunggulan bersaing secara parsial tidak signifikan. Meskipun fokus utama penelitian tersebut bukan pada aspek harga, hasilnya menunjukkan bahwa tidak semua strategi diferensiasi mampu memberikan dampak nyata terhadap

peningkatan keunggulan bersaing. Kondisi ini sejalan dengan tanggapan pelanggan Warung Kupie Tem Lhokseumawe, di mana sebagian pelanggan menilai bahwa harga yang ditawarkan masih kurang sesuai dan berharap adanya penyesuaian agar lebih terjangkau.

Faktor lain yang tak kalah penting adalah *store atmosphere* atau suasana tempat. Namun, masalah saat ini di Warung Kupie Tem Lhokseumawe adalah suasana yang tidak nyaman dan tidak lagi menarik bagi para pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini sangat penting dilakukan untuk memperbaiki suasana tempat dan membuat pengunjung merasa lebih nyaman dan lebih baik.

Menurut penelitian Fazrin *et al.* (2024) menyatakan bahwa *store atmosphere* adalah desain lingkungan yang terdiri dari komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian yang digunakan untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli sebuah produk atau barang. Menurut penelitian Pratiwi (2020) *store atmosphere* mempunyai dampak yang signifikan sebab seluruh komponen fisik dan benda berwujud mampu memberi dampak pada perilaku konsumen terhadap keunggulan bersaing. Selanjutnya menurut penelitian Fazrin *et al.* (2024) *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Dalam penelitian Putri & Sutrisna (2023) menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Akan tetapi menurut Pokhrel (2024) menyatakan bahwa *store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Ini sejalan dengan ulasan pelanggan Warung Kupie Tem Lhokseumawe, yang menyatakan bahwa suasana

toko perlu diperbaiki, dan pelanggan mengharapkan lingkungan yang lebih nyaman.

Pentingnya penelitian ini saya lakukan karena masih banyak terdapat perbedaan pendapat antara para ahli tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada warung kopi terutama “Warung Kupie Tem Lhokseumawe”. Dari fenomena diatas yang menjadi latar belakang penulis dalam melakukan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk , Harga, dan *Store Atmosphere* Terhadap Keunggulan Bersaing Warung Kupie Tem Lhokseumawe”. Melalui penelitian ini saya berharap dapat menemukan strategi yg baik bagi pelaku usaha warung Kupie Tem Lhokseumawe, sehingga para pelaku usaha dapat terus bersaing di tengah pasar yang semakin kompetitif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing Warung Kupie Tem Lhokseumawe?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing Warung Kupi Tem Lhokseumawe?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing Warung Kupa Tem Lhokseumawe?

4. Apakah *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing Warung Kupi Tem Lhokseumawe?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing Warung Kupie Tem Lhokseumawe?
2. Untuk mengetahui dan menilai pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing Warung Kupie Tem Lhokseumawe?
3. Untuk mengetahui dan mengidentifikasi pengaruh harga terhadap keunggulan bersaing Warung Kupie Tem Lhokseumawe?
4. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap keunggulan bersaing Warung Kupie Tem Lhokseumawe?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini dapat dilihat dari segi praktis dan teoritis yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman bagi pengusaha warung Kupie Tem Lhokseumawe dalam meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan *store atmosphere*. Hal ini membantu mereka

merumuskan strategi yang bagus untuk mencapai keunggulan bersaing Warung Kupie Tem Lhokseumawe.

2. Dapat digunakan sebagai bahan referensi tambahan bagi pihak yang memiliki kepentingan langsung dengan penelitian.

1.4.2 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dari faktor-faktor yang memengaruhi keunggulan bersaing Warung Kupie Tem Lhokseumawe.
2. Menjadi dasar bagi penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi keunggulan bersaing Warung Kupie Tem Lhokseumawe.