

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di bidang *Coffeshop* di Indonesia kini mulai berembang pesat. Pada mulanya *coffeshop* merupakan tempat yang hanya menyediakan minuman berjenis kopi yang disajikan secara cepat, perkembangan dari *coffeshop* dipengaruhi oleh kebutuhan konsumen yang semakin lama semakin kompleks. Tidak hanya berbagai jenis persiapan yang dikemas dalam berbagai format presentasi yang menarik, tetapi juga mencakup desain tempat yang terus berubah dalam menanggapi minat konsumen yang terus meningkat. Persaingan di dunia bisnis restoran/caffe saat ini telah memasuki upaya-upaya strategis dan berbagai cara untuk memenuhi kepuasan konsumen. Menentukan dan merancang strategi pemasaran sesuatu hal yang sangat penting untuk menghadapi persaingan di dunia industri pada restoran/caffe yang ada dan yang akan datang. Menurut Kumrotin dan Susanti (2021) *caffe* merupakan tempat seseorang untuk menghabiskan waktu bersama dengan teman atau keluarga. Pelayanan yang ramah, efisien, dan responsif adalah faktor yang sangat penting untuk mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas di *caffe*. Pelanggan sering kali memberikan penilaian berdasarkan interaksi dengan staf, kecepatan pelayanan dan kualitas komunikasi. Oleh karena itu, memahami bagaimana pelayanan di *caffe* bar bar mucktail dinilai oleh pelanggan dan bagaimana hal ini berdampak pada tingkat kepuasan mereka itu adalah aspek yang sangat penting untuk dipelajari.

Usaha kuliner dan minuman di Indonesia saat ini sedang ramai-ramainya diminati oleh masyarakat Indonesia. Tidak hanya pengusaha kopi lama tetapi saat

ini sudah banyak pelaku usaha kedai kopi usia muda yang memulai peluang usaha kedai kopi dikarenakan tingginya peluang kedai kopi (Maryani & Rochmani, 2019). Banyaknya kedai kopi yang hadir dan dapat berkembang menyebabkan meningkatnya persaingan bisnis yang terjadi, baik di kota kecil maupun kota besar (Afriyanti and Rasmikayati, 2018). Usaha kedai kopi atau yang sekarang sering disebut sebagai *caffeshop* sudah mulai banyak bermunculan tidak hanya di kota-kota besar saja tetapi sekarang di pelosok desa juga sudah banyak mulai bermunculan. Bertumbuhnya usaha kopi atau *caffeshop* di Indonesia tidak lepas dari pengaruh asing. Kemunculan starbucks di Indonesia pada tahun 2002 mampu membawa fenomena baru di Indonesia. Seakan terinspirasi dari fenomena tersebut para masyarakat pelaku usaha berbondong-bondong membuka usaha *caffeshop*, yang pada akhirnya *caffeshop* menjadi suatu kegemaran bagi masyarakat Indonesia. Banyaknya bisnis yang bergerak di bidang *caffeshop* ataupun restoran. Hal itu terus berkembang seiring berjalannya waktu dan membuat banyaknya *caffeshop* menciptakan ide baru yang kreatif dan inovatif agar pengunjung yang berkunjung ke *caffeshop* tersebut memiliki kesan yang baik pada tempat *caffeshop* tersebut.

Salah satu upaya dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan yaitu memilih nama tempat yang bagus, makan makanan dan minum minuman yang unik dan enak, serta tempat spot berfoto yang bagus. Akhir akhir ini *caffeshop* menjadi tujuan yang banyak dikunjungi bagi kalangan anak muda dan orang dewasa mereka bukan hanya menikmati makanan dan minuman saja mereka juga berkunjung untuk sekedar bersantai ataupun berkumpul bareng teman-teman untuk memainkan game online ataupun untuk mengerjakan tugas. Bukan hanya dikalangan anak muda dan orang dewasa saja tetapi banyak juga di kalangan pebisnis pun sering menghabiskan

waktunya di *caffeshop* untuk sekedar berbincang-bincang ataupun meeting dengan rekan kerjanya.

Menurut Donni Juni Priansa dalam *Perilaku konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (2017). Semakin banyaknya kebutuhan hidup manusia, semakin menuntut pula terjadinya peningkatan gaya hidup (*lifestyle*). Gaya hidup (*lifestyle*) merupakan gaya hidup yang berkaitan dengan bagaimana seseorang menghabiskan waktunya, untuk apa yang penting pertimbangkan pada minat dan lingkungannya, dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan lingkungan sekitar.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat kualitas yang diharapkan pelanggan sehingga dapat memenuhi keinginan pelanggan (J Sambara, kkk, 2019). Pelayanan di sebuah *caffeshop* memiliki peran yang sangat krusial dalam membentuk pengalaman pelanggan berkunjung. Dari sapaan saat pelanggan memasuki tempat hingga pengetahuan yang mendalam tentang produk *caffe*. Kecepatan pelayanan dan kualitas produk yang konsisten menjadi kunci untuk memenuhi harapan pelanggan. Karyawan yang fleksibel dan responsif terhadap kebutuhan khusus pelanggan juga berkontribusi pada kesan positif. Suasana *caffe* yang bersih dan nyaman, didukung oleh dekorasi yang menarik, menjadi faktor utama untuk dapat mengundang pelanggan berkunjung ke *caffeshop*. Selain kualitas pelayanan, faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah Pengalaman Pelanggan (*customer experience*), Menurut Frow dan Payne dalam Dagustani (2011:3), Pengalaman Pelanggan (*customer experience*) dapat diartikan sebagai interpretasi seorang konsumen terhadap interaksi total konsumen tersebut dengan sebuah merek. Seperti halnya yang dikemukakan oleh Svioka (dalam Lupioyadi 2013, p.2)

mengungkapkan bahwa dimensi kualitas pelayanan terdiri dari *Performance* (kinerja), *durability* (daya tahan), *features* (keunikan), *service ability* (perbaikan), estetika (keindahan), dan kualitas kesesuaian.

Oleh karena itu seorang pemilik *coffeshop* dituntut untuk memberikan suatu kualitas kinerja yang baik sehingga nantinya bisa menarik perhatian para konsumen untuk menciptakan suatu kepuasan atas kualitas pelayanan yang diberikan sebab kepuasan pelanggan diukur dengan membandingkan antara kinerja pelayanan menurut persepsi konsumen dengan pelayanan yang diharapkan. Seperti halnya yang dikemukakan oleh Kotler dalam Thony Wijaya (2011, p.153) menyatakan bahwa “Kepuasan konsumen adalah suatu tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya”.

Adisaputro (2010:187) menyatakan bahwa, konsumen membentuk harapan terhadap pelayanan dari suatu jasa berdasarkan pengalaman waktu yang lalu dari pengaruh kekuatan getok-tular (*word of mouth*), dan dari informasi iklan yang diperoleh. menurut (Pranata, Hartiati and Sadyasmara, 2019) yang dikutip dari (Aritonang, 2005). Pengukuran tersebut dilakukan untuk menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dari 5 dimensi kualitas yang terdiri dari *responsiveness* (daya tanggap), *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *empathy* (perhatian), dan *tangible* (bukti fisik)

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan produk atau layanan kerja yang dirasakan sesuai dengan harapan. Jika kinerja jauh dari harapan, maka konsumen tidak puas (Kotler dan Keller (2016:153). Jika sesuai harapan, konsumen puas, jika melebihi harapan, konsumen sangat puas atau senang. Kotler dan Keller (2016:155) menyatakan

bahwa menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya. Kepuasan adalah salah satu faktor penting yang diharapkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa. Dari kepuasan konsumen tersebut dapat diprediksi secara signifikan dapat memberikan perilaku pembelian ulang kedepannya.

Gambar 1. 1 Caffe Bar-Bar Mucktail Tahun 2019



Gambar 1. 2 Caffe Bar-bar Mucktail Tahun 2024



Gambar 1. 3 Menu Caffe Bar-Bar Mucktail Tahun 2024

CAFFE BAR - BAR MUCKTAIL		
MUCKTAIL	SPECIAL MILK DRINK	SPECIAL TEA/LEMON
STRAWBERRY BLUE - K	TARO - K	THE MANIS PANAS - 4 K
MELON BLUE - K	GREEN TEA - K	TEH SUSU - 7 K
ORANGE BLUE - K	RED VELVET - K	TEH TARIK PANAS - 7 K
RAINBOW - K	BUBBLE GUM - K	TEH TARIK DINGIN - 8 K
SUNSET - K	TRAMISU - K	TEH HAJAU PANAS - 7 K
STRAWBERRY SKY - K	MOCA CINO - K	TEH HAJAU DINGIN - 8 K
MELON SKY - K	STRAWBERRY - K	LEMON TEA - K
ORANGE SQUES - K	CAPPUCINO - K	LEMON - K
VIRGIN MOJITO - K	DUREN - K	SUPAN - K
ESBUN PAGI - K	THAI TEA - K	
LEMON GALAXY - 8 K		
MELON SQUES - K		
STRAWBERRY SQUES - K		
SUNRISE - K		
MAGIC GLITER - 8 K		
SPECIAL KOPI	SPECIAL BLEN	SPECIAL JUJ
KOPI ULEKARENG - 5 K	COKLAT BLEN - K	JERUK - K
KOPI ULEKARENG SUSU - 8 K	CAPPUCCINO BLEN - K	JERUK SUSU - K
KOPI GAYO - 7 K	KOPI BLEN - K	POKAT - K
KOPI GAYO SUSU - 10 K	OREO MILK SHAKE - K	POKAT MILO - K
KOPI SIKALANG - 5 K	SUPENG - K	WORTEL - K
KOPI SIKALANG SUSU - 8 K		WORTEL SUSU - K
SPECIAL ICE / HOT	SPECIAL HANGAT	SPECIAL MAKANAN
CAPPUCINO - 5 K	TST - 10 K	AYAM PENYET - K
CAPPUCINO CHICAU - 5 K	TST MILO - 12 K	NASGOR - K
CAPPUCINO SUSU - 7 K	BST - 10 K	AYAM CRYSPY - K
COKOLATOS - 5 K	BANDREK - 5 K	ME KUAH - K
BENG BENG - 5 K	BANSUS - 5 K	
LUAK - 5 K		
SPECIAL SNACK		
BAKSO GORENG - 10 K		
MUGET - 10 K		
KENTANG - 10 K		
SOBIS - 10 K		
ROTI BANDUNG - 10 K		
BURGER PREMIUM - 7 K		
BURGER MEDIUM - 7 K		
BURGER KILL - 5 K		
BURGER KING - 10 K		
POP CORN - 5 K		

Dari menu-menu minuman dan makanan yang ditawarkan kepada pelanggannya. Berikut adalah data penjualan yang diterima oleh Caffe Bar-Bar Mucktail pada 2 tahun terakhir

Tabel 1 1 Data Penjualan Tahun 2022

Bulan	Jumlah Pendapatan
Januari	Rp. 7.168.000
Februari	Rp. 7.632.000
Maret	Rp. 6.040.000
April	Rp. 8.096.000
Mei	Rp. 7.936.000
Juni	Rp. 8.848.000
Juli	Rp. 8.176.000
Agustus	Rp. 8.408.000
September	Rp. 7.544.000
Oktober	Rp. 7.688.000
November	Rp. 7.296.000
Desember	Rp. 6.528.000

Sumber : Bar-Bar Mucktail, 2024

Tabel 1 2 Data Penjualan Tahun 2023

Bulan	Jumlah Pendapatan
Januari	Rp. 7.544.000
Februari	Rp. 7.448.000
Maret	Rp. 6.976.000
April	Rp. 8.368.000
Mei	Rp. 7.152.000
Juni	Rp. 6.664.000
Juli	Rp. 5.968.000
Agustus	Rp. 5.240.000
September	Rp. 4.392.000
Oktober	Rp. 4.216.000
November	Rp. 4.120.000
Desember	Rp. 3.952.000

Sumber : Bar-Bar Mucktail, 2024

Tabel 1 3 Data Penjualan 2 Tahun Terakhir Pada Tahun 2022-2023

Tahun	Jumlah Pendapatan
2022	Rp. 91.360.000
2023	Rp. 72.040.000

Sumber Bar-Bar Mucktail,2024

Dari Tabel data penjualan diatas, pada tabel 1.3 memperlihatkan dengan jelas data jumlah pendapatan pada caffe bar-bar mucktail dari tahun 2022 ke tahun 2023. Dapat terlihat pula pada tabel tabel yang lebih diperinci data pendapatan tiap bulannya, dapat dilihat ada beberapa bulan yang mengalami peningkatan dan penurunan pada jumlah pendapatan per bulannya tetapi frekuensi penurunannya lebih banyak daripada peningkatan.

Melihat kondisi yang seperti ini, maka pihak dari pengelola bar-bar mucktail harus melakukan evaluasi dan inovasi baru yang harus diperbaiki untuk diberikan kepada konsumen, hal ini agar dapat memenuhi keinginan dan harapan dari konsumen, yang pada akhirnya akan memberikan rasa puas dan percaya untuk tetap menjadi pelanggan setia dengan melakukan pembelian ulang pada caffe bar-bar mucktail. Dalam mempertahankan pelanggan setiannya dan mendapatkan pelanggan baru, bar-bar mucktail harus menerima dan menampung kritik dan saran yang diterima dari keluhan pelanggan setianya. Hal ini dilakukan agar bar-bar mucktail dapat memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada serta dapat lebih meningkatkan kinerja pelayanan yang lebih baik lagi, terhadap konsumennya untuk nilai kepuasan dari konsumen.

Berikut ini adalah beberapa keluhan yang diterima oleh pihak pengelola caffe bar-bar mucktail dari pelanggan yang telah melakukan pembelian.

Tabel 1 4Data Keluhan Pelanggan Caffe Bar-Bar Mucktail

No.	Keluhan Pelanggan
1	Toilet yang kurang bersih dan tidak wangi
2	Kurang memperhatikan kebersihan dan kerapihan meja yang telah dipakai
3	Pesanan yang terkadang tidak sesuai antrian, membuat pelanggan kesal
4	Penyajian makanan atau minuman yang terlalu lama sehingga membuat pelanggan menunggu sangat lama.
5	Kekurangan atau keterbatasan dalam menu atau opsi makanan/minuman
6	Masalah dengan kebisingan, termasuk musik terlalu keras atau gangguan dari pelanggan lain
7	Tidak adanya Wifi

Sumber : Wawancara langsung dengan para pelanggan Bar-Bar Mucktail, 2024

Dari data kritik dan saran diatas pengelola bar-bar mucktail harus melakukan perubahan dan evaluasi atas apa yang masih kurang, seperti sudah sebaik apa kualitas layanan yang diberikan, apakah kualitas layanan yang diberikan sudah memenuhi harapan konsumen sehingga memberikan nilai kepuasan kepada konsumen. Tim pengelola bar-bar mucktail sudah seharusnya memperhatikan akan hal tersebut demi mempertahankan pelanggan setiannya dan menambah pelanggan barunya.

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas suatu produk atau jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah terjadinya proses pembelian (Kotler, 2005). Jadi apabila konsumen merasa puas terhadap produk/jasa yang telah diberikan, maka dia akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli kepada perusahaan tersebut, yang berjuang pada tingkat loyalitas konsumen. Konsumen yang puas terhadap produk atau jasa yang diberikan tersebut akan cenderung memberikan referensi yang baik terhadap produk atau jasa kepada orang lain. Tidak pada konsumen yang

tidak puas terhadap produk atau jasa yang diberikan, mereka yang seperti itu justru akan mencari penyedia produk atau jasa sejenis yang dibutuhkannya pada tempat lain. Dan mereka lebih menyukai untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut yang anggapannya lebih mampu memenuhi nilai kepuasan yang diharapkan oleh mereka serta meninggalkan produk atau jasa yang sebelumnya. Terlebih pelanggan tersebut tidak akan merekomendasikan produk atau jasa yang dianggapnya tidak mampu untuk memenuhi nilai kepuasan yang diharapkan oleh mereka kepada orang-orang sekitarnya. Maka dari itu *Coffeshop* seharusnya memperhatikan tingkat kepuasan konsumen tersebut yang nantinya berujung pada tingkat loyalitas konsumen untuk jangka panjangnya. Hal tersebut yang menjadikan latar belakang penulis dalam melakukan penelitian tentang “ **Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Caffe Bar- Bar Mucktail Di Desa Tandem Hilir II Kabupaten Deli Serdang**”.

1.2 Rumusan Masalah:

Untuk memperkuat tujuan yang ingin diungkap dalam penelitian ini maka sebagai penguatan dari latar belakang diatas dapat dirumuskan rumusan masalahnya yaitu : Bagaimana cara Caffe Bar-Bar Mucktail dalam meningkatkan rasa kepuasan kepada pelanggan?

1.3 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, penelitian “Analisis kepuasan pelanggan pada caffe bar-bar mucktail di Desa Tandem Hilir II, Kabupaten Deli Serdang” ini dimaksudkan untuk menyelidiki dan menganalisis tingkat kepuasan pelanggan yang berkunjung ke Bar-bar Mucktail dengan fokus

pada beberapa aspek yaitu : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Emosional

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: mengetahui cara apa saja yang dapat meningkatkan rasa kepuasan kepada pelanggan.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan di Bar-bar Mucktail ini mempunyai beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat juga digunakan untuk mendiskripsikan analisa dan menambah kajian mengenai kepuasan pelanggan terutama dalam segi pelayanan serta kelengkapan menu.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan pertimbangan bersama bagi yang ingin mengkaji lebih dalam lagi tentang Analisis kepuasan pelanggan. Dan penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi Bar-bar Mucktail untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat bersaing dengan *caffe caffe* yang sudah banyak beredar di sekitaran Bar-bar Mucktail.