

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya teknologi pada era ini, dunia bisnis menjadi ketat dengan adanya persaingan pada beberapa perusahaan. Di Indonesia, bisnis kafe atau *coffee shop* tak luput dari gejolak tersebut. Keadaan itu dapat dibuktikan dengan tersebarnya kafe yang ada di sepanjang jalan. Selain itu, pengaruh perkembangan zaman khususnya pada kehidupan anak muda zaman sekarang dan perubahan gaya hidup (*lifestyle*) membuat pertumbuhan bisnis kafe menjadi semakin meningkat. Kafe bergerak di bidang kuliner yang umumnya didatangi untuk menikmati makanan dan minuman yang disajikan. Selain itu kafe dapat dijadikan sebagai tempat bersantai, berkumpul, dan beraktivitas. Namun dengan perkembangan bisnis kafe saat ini, banyak pebisnis kafe yang hanya terpaku pada menu dan mengabaikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

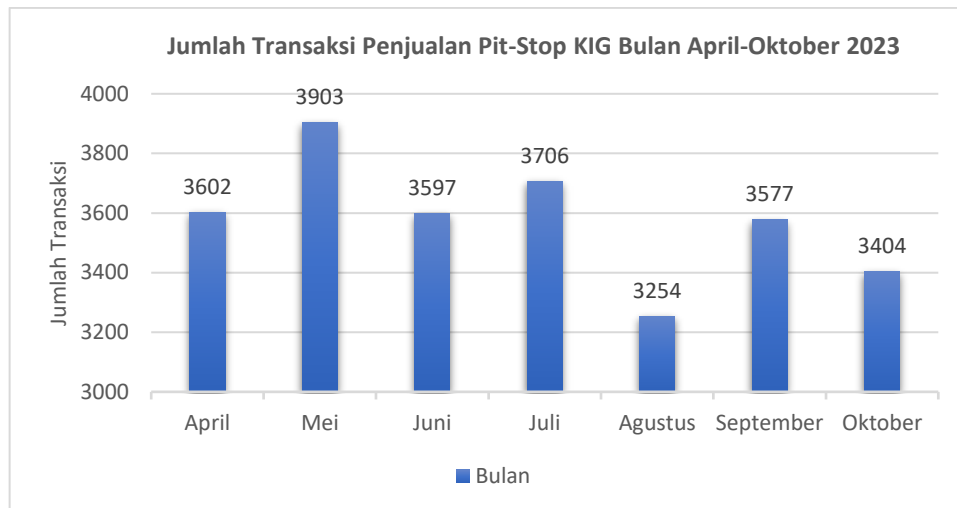
Kualitas pelayanan merupakan kunci utama dari keberhasilan suatu bisnis, termasuk pada kafe. Oleh karena itu, persaingan antar kafe pun kian sengit dalam memberikan pelayanan yang terbaik. Kualitas pelayanan sangat mempengaruhi perkembangan kafe, karena tujuan utamanya adalah menciptakan kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas konsumen. Dengan ini apabila mutu suatu pelayanan itu baik atau sama dengan yang diharapkan, maka pelanggan merasa puas dan cenderung untuk mencoba lagi, begitu pula sebaliknya [1]. Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan lima dimensi *service quality* yaitu dimensi Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) dan Empati (*Empathy*) [2]. Kepuasan pelanggan secara menyeluruh dapat diketahui dengan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*) yang mempertimbangkan atribut produk atau jasa yang penting bagi pelanggan [3]. Selain itu, untuk melihat tingkat kesesuaian antara kualitas pelayanan dengan yang diharapkan pelanggan dapat diketahui dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) atau indeks kepuasan pelanggan merupakan alat pengukur kinerja yang digambarkan sebagai sistem manajemen untuk membentuk siklus perbaikan yang lebih efektif. Evaluasi ini bertujuan memperoleh nilai tambah pelanggan dalam membenahi kekurangan dan memperbaiki pelayanan [4]. Metode CSI memberikan data yang jelas mengenai tingkat kepuasan konsumen atau pelanggan dengan cara keseluruhan menggunakan strategi yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa yang telah diperhitungkan, sehingga penilaian rutin dapat dilakukan selama periode tertentu. Keuntungan dari metode adalah kemampuannya untuk menghitung dan menjabarkan arti kepuasan yang berfokus pada harapan pelanggan dan membandingkannya dengan kinerja yang diberikan [4]. Dalam analisis ini, metode CSI dipakai demi mengukur dan menganalisis kepuasan pelanggan kafe berdasarkan kualitas pelayanan. Sedangkan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan metode analisis yang mudah digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja penting yang harus diperhatikan dan ditunjukkan oleh suatu organisasi/perusahaan dalam memenuhi kepuasan pelanggan [5]. Untuk melihat atribut-atribut yang perlu ditingkatkan atau yang menjadi prioritas perbaikan pelayanan dengan membandingkan penilaian pelanggan pada tingkat kepentingan terhadap kualitas layanan (*importance*) dengan tingkat kinerja terhadap kualitas layanan (*performance*) serta membaginya ke dalam diagram kartesius.

Beberapa peneliti sebelumnya telah melakukan penelitian terkait penentuan kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode CSI dan IPA, diantaranya penelitian pada “*Customer Satisfaction Analysis of Online Taxi Mobile Apps*”, dimana penggunaan metode CSI pada kinerja layanan taksi online yang merujuk kepada penelitian analisis faktor kepuasan pelanggan. Diperoleh angka pada CSI yaitu 76,11% pada tingkat kepuasan pelanggan yang berarti pemakai jasa tersebut merasa tidak puas serta tidak memenuhi harapan terhadap layanan aplikasi taksi online. Sedangkan hasil penelitian IPA menunjukkan adanya 3 faktor terbaik dalam aplikasi taksi online yaitu deteksi rute, interaksi, dan kualitas konten. Sedangkan faktor yang menyebabkan ketidakpuasan pelanggan adalah koneksi dan kualitas pelayanan [6]. Selanjutnya, peneliti lain meneliti mengenai jasa service motor pada

PT. Indako Trading Coy dengan prosedur *Customer Satisfaction Index* (CSI) mengenai *decision support system*. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan sebagai bahan evaluasi di setiap bulannya terhadap komplain yang ada pada pelayanan servis sepeda motor Honda dengan menggunakan metode CSI. Diperoleh angka pada CSI yaitu 91,2845%, membuktikan jika pelanggan merasa sangat puas dengan pelayanan servis. Dimana perhitungan CSI dilakukan dengan menggunakan sistem yang dapat menganalisis tingkat kepuasan pelanggan, menjadikan perusahaan lebih mudah dalam memahami apa yang lebih memuaskan konsumen, dan juga bisa memahami tentang kekurangan dan kelebihan fasilitas yang sudah diberikan, dimana pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik angket [7].

Pesatnya perkembangan bisnis kafe yang ada di berbagai kota, salah satunya di kabupaten Gresik, Jawa Timur. Terdapat salah satu kafe yang cukup terkenal dan sudah memiliki beberapa cabang, dimana kafe tersebut dipilih sebagai tempat penelitian menurut pengamatan atau pemantauan data pendukung maupun strategi pemasarannya yaitu Pit-Stop Kopi Gold cabang Kawasan Industri Gresik (KIG). Kafe ini terletak di Jalan KIG Raya Selatan, Jaranguwung, Tlogopojok, Kecamatan Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Pit-Stop KIG merupakan salah satu bisnis kafe dari CV. Pit-Stop Kopi yang saat ini sudah memiliki 4 cabang kafe. Menurut teori atau prinsipnya, Pit-Stop Kopi mempunyai konsep sebagai tempat pemberhentian sejenak atau peristirahatan untuk menikmati kopi sebelum melanjutkan aktivitas kembali atau hanya sekedar untuk menikmati suasana. Berikut merupakan data jumlah transaksi penjualan Pit-Stop KIG pada bulan April, Mei, Juni, Juli, Agustus, September, dan Oktober pada tahun 2023.



Sumber: Pit-Stop KIG

Gambar 1. 1 Jumlah Transaksi Penjualan Pit-Stop KIG

Pit-Stop KIG memiliki harga yang cukup terjangkau dengan segmentasi pelanggan mulai dari pelanggan tingkat menengah hingga bawah dan memiliki pedoman untuk menjaga kualitas rasa produk. Grafik jumlah transaksi penjualan diatas menunjukkan dimana rata-rata setiap bulannya Pit-Stop KIG menerima dan melayani sebanyak 3000 transaksi dari penjualan produk baik kopi, *snack*, makanan, maupun minuman lainnya. Dimana jumlah transaksi penjualan setiap bulannya berubah-ubah nilainya yang terkadang mengalami kenaikan maupun penurunan. Selain memperhatikan penjualan produk, Pit-Stop KIG juga memperhatikan pelayanannya sesuai standar SOP yang dimiliki dimana berusaha untuk mengupayakan pelayanan yang baik yang diawali dari sapaan kepada pelanggan jika memesan, menjelaskan menu yang nantinya ditanyakan oleh pelanggan, hingga proses pengantaran makanan kepada pelanggan.

Kafe ini menyediakan tempat yang nyaman berkonsep *indoor* dan *outdoor* dengan berbagai fasilitas untuk kenyamanan dan kepuasan pelanggan seperti tersedianya toilet, area parkir luas dan gratis, akses *wifi* gratis, mushola, stop kontak, tempat sampah, proyektor, dan banyak lagi. Fasilitas yang memadai dan pelayanan yang baik mendorong pelanggan untuk berkunjung ke kafe tersebut. Loyalitas dan kepuasan konsumen dapat terwujud jika memiliki kualitas layanan yang dikendalikan dengan baik dan benar yang berdampak pada kontribusi positif terhadap kafe. Meskipun bagi Pit-Stop KIG sudah memberikan pelayanan yang

baik, namun tidak semua pelayanan yang diberikan direspon dengan baik oleh pelanggan. Dimana terdapat beberapa keluhan atau kekurangan terhadap pelayanan yang dinilai kurang puas oleh pelanggan Pit-Stop KIG diantaranya karyawan yang kurang ramah terhadap pelanggan, makanan yang disajikan dingin dan menunggu waktu lama, terdapat meja yang kotor, dan kinerja pelayanan yang kurang sesuai.

Adanya permasalahan tersebut, hal ini tidak sesuai dengan salah satu pedoman Pit-Stop KIG yaitu mengutamakan pelayanan yang baik. Ketidaksesuaian tersebut berdampak pada kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan oleh pihak Pit-Stop KIG sehingga peneliti perlu melakukan penelitian. Teknik atau cara yang dipakai peneliti untuk penelitian ini menggunakan *Customer Satisfaction Index* dan *Importance Performance Analysis*. Metode CSI digunakan untuk mengamati tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan terhadap atribut jasa dan produk [8]. Sedangkan metode IPA digunakan untuk memperoleh atribut-atribut pelayanan yang perlu ditingkatkan dan yang menjadi prioritas perbaikan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan nilai kepuasan pelanggan terhadap perusahaan. Untuk mengukur kualitas pelayanan menggunakan 5 dimensi *Service Quality* yaitu Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) dan Empati (*Empathy*). Tujuan adanya penelitian ini yaitu mengetahui tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas pelayanan dan memberikan informasi kepada manajemen Pit-Stop KIG mengenai indikator pelayanan yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Sehingga dalam hal ini terdapat peluang untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) (Studi Kasus: Pit-Stop Kopi Gold Cabang Kawasan Industri Gresik)”**.

1.2 Perumusan Masalah

1.2.1 Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa permasalahan dalam penelitian ini muncul karena terdapat beberapa keluhan atau kekurangan terhadap kualitas pelayanan pada Pit-Stop Kopi

KIG yang dinilai kurang puas oleh pelanggan. Sehingga hal ini tidak sesuai dengan pedoman yang dimiliki yaitu mengutamakan pelayanan yang baik.

1.2.2 Metode Usulan

Dalam penelitian ini, melakukan pengukuran terhadap nilai kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas pelayanan dan memberikan informasi terhadap indikator pelayanan yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Pit-Stop KIG. Dimana untuk mengukur kualitas pelayanan menggunakan 5 dimensi *Service Quality* yaitu Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) dan Empati (*Empathy*). Sehingga dalam penelitian ini, metode yang digunakan yaitu metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA).

1.2.3 Pertanyaan Penelitian

Menurut pemaparan dari latar belakang, pertanyaan-pertanyaan penelitian yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana nilai kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas pelayanan pada Pit-Stop Kopi Gold cabang Kawasan Industri Gresik (KIG) melalui analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI)?
2. Atribut pelayanan apa saja yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada Pit-Stop Kopi Gold cabang Kawasan Industri Gresik (KIG) melalui analisis *Importance Performance Analysis* (IPA)?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang dapat diperoleh pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui nilai kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas pelayanan pada Pit-Stop Kopi Gold cabang Kawasan Industri Gresik (KIG) melalui analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI).
2. Untuk mengetahui atribut pelayanan yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada Pit-Stop Kopi Gold cabang

Kawasan Industri Gresik (KIG) melalui analisis *Importance Performance Analysis* (IPA).

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, seperti:

1. Bagi manajemen Pit-Stop KIG, memanfaatkan penerapan metode *Customer Satisfaction Index* sebagai pengukuran kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas pelayanan pada kafe dan penerapan metode *Importance Performance Analysis* dapat digunakan untuk memberikan informasi atribut terhadap indikator pelayanan apa saja yang harus diperbaiki dalam peningkatan kepuasan pelanggan di Pit-Stop KIG.
2. Bagi akademik, dapat memperoleh dan memperluas ilmu serta pengetahuan tentang penerapan metode *Customer Satisfaction Index* untuk menganalisis kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas pelayanan pada kafe dan metode *Importance Performance Analysis* untuk mengetahui tingkat kesesuaian kinerja dan kepentingan atribut pelayanan serta mengetahui atribut mana saja yang perlu ditingkatkan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, pada penelitian ini dapat menjadi bahan referensi serta kontribusi ilmiah secara umum dan menjadi pedoman dalam menerapkan metode *Customer Satisfaction Index* untuk menganalisis kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas pelayanan pada kafe dan metode *Importance Performance Analysis* untuk mengetahui tingkat kesesuaian kinerja dan kepentingan atribut pelayanan serta mengetahui atribut mana saja yang perlu ditingkatkan.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dapat menjadikan analisis ini lebih terfokus, tidak menyebar secara luas, dan sebagai penentu spesifik lingkup pembahasan yang dilakukan. Berikut adalah batasan-batasan penelitian:

1. Data penelitian yang digunakan adalah data kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas pelayanan. Dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan mengacu pada *Service Quality*, yang

terdiri dari Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*).

2. Data dianalisis menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen serta metode *Importance Performance Analysis* untuk mengidentifikasi atribut yang perlu ditingkatkan atau menjadi prioritas perbaikan pelayanan dengan membandingkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja.
3. Data penelitian yang dibutuhkan terdiri dari 2 jenis, yaitu data kinerja/persepsi dan data kepentingan/harapan terhadap kualitas pelayanan.
4. Penelitian dilakukan di Kafe Pit-Stop Kopi Gold cabang Kawasan Industri Gresik (KIG), Kabupaten Gresik, Jawa Timur, untuk memperoleh data kepuasan pelanggan.
5. Data didapatkan melalui penyebaran kuisisioner secara langsung pada media kertas/*hardfile* sebanyak 142 data, yang disebarkan kepada pelanggan Pit-Stop KIG dengan kriteria pernah berkunjung ke Pit-Stop KIG minimal 2x dan berusia minimal 17 tahun atau memiliki KTP (Kartu Tanda Penduduk).
6. Penelitian atau penyebaran kuesioner berlangsung selama 2 bulan, yaitu pada bulan September hingga Oktober 2024.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan

Pada bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

2. Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini digunakan sebagai tinjauan pustaka, yakni berisi tentang landasan teori penelitian dan penelitian terkait untuk mendukung penelitian yang mendasari.

3. Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini menjelaskan secara rinci mengenai tahapan penelitian, jenis penelitian yang digunakan, tempat dan waktu pelaksanaan penelitian, pengumpulan data penelitian, metode yang digunakan pada penelitian, dan pengolahan data penelitian.

4. Bab IV Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini menjelaskan secara rinci tentang hasil penelitian yang meliputi penyajian data dan analisis data.

5. Bab V Penutup

Pada bab ini terdapat kesimpulan terhadap penelitian yang sudah dilakukan dan saran untuk penelitian selanjutnya.