

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi informasi di era globalisasi saat ini merupakan momentum yang tepat untuk meningkatkan perekonomian negara dan mencapai angka pertumbuhan ekonomi yang stabil dan *sustainable*. Upaya yang harus dilakukan adalah mendukung stabilitas makro ekonomi, salah satunya dengan melakukan pemberdayaan sektor riil, yaitu pengembangan UMKM. UMKM merupakan salah satu pilar penting dalam pertumbuhan ekonomi, yakni sebagai sumber pendapatan sebagian besar masyarakat untuk meningkatkan kegiatan ekonomi masyarakat serta meningkatkan taraf hidup.¹ Oleh karena itu, UMKM harus diberikan perlindungan serta pengembangan yang maksimal sebagai bentuk usaha untuk menjaga stabilitas makro ekonomi.

Menurut data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), jumlah UMKM di Indonesia saat ini melebihi 64,2 juta, menyumbang 61,07% dari Produk Domestik Bruto (PDB) atau setara dengan Rp8.573,89 triliun.² Melalui kontribusinya dalam perekonomian, UMKM telah menyandang peran sebagai sarana pertumbuhan kesempatan kerja serta perluasan lapangan kerja dengan meningkatkan kreativitas dan inovasi yang kemudian diimplementasikan menjadi sebuah bentuk usaha. Eksistensi UMKM memiliki beberapa tujuan diantaranya, meningkatkan dan mengembangkan kemampuan

¹ Puji Hastuti, Dkk, *Kewirausahaan Dan Umkm Cet. 1*, (Yayasan Kita Menulis, 2020), 155.

² Diakses Dari www.bkpm.go.id/id/ , pada tanggal 7 Oktober 2022, Pukul 9.40 Wib.

usaha mikro kecil dan menengah, meningkatkan pemasukan dan struktur perekonomian negara, mengurangi angka kemiskinan dan pengangguran, serta memberikan peluang bagi masyarakat dalam meningkatkan *skill* diberbagai bidang.³ Sehingga, dengan peran dan tujuan UMKM, diharapkan dapat mempercepat proses pembangunan ekonomi.

Ketatnya persaingan dalam dunia bisnis saat ini berbanding lurus dengan perkembangan teknologi informasi, yakni revolusi industri 4.0. Dalam momen ini, sebuah UMKM harus mengikuti perkembangan pasar, menciptakan inovasi-inovasi baru serta meleak akan peluang. Ketler menyebutkan majunya teknologi informasi membawa perubahan perilaku konsumen secara signifikan.⁴ Salah satu contohnya yaitu meningkatnya kepekaan dan ekspektasi konsumen. Hal ini menjadi tuntutan perusahaan untuk menciptakan strategi dalam memasarkan produk dan layanan yang ditawarkan.

Salah satu UMKM yang saat ini menghadapi ketatnya persaingan adalah usaha Cafe. Cafe merupakan salah satu jenis UMKM di bidang kuliner yang tidak pernah habis peminatnya. Eksistensi cafe di Telang telah menjadi pemandangan umum bagi para masyarakat khususnya mahasiswa. Tidak dapat dipungkiri, bahwa berdirinya lebih dari 35 cafe tersebut dikarenakan kecenderungan masyarakat dengan kesibukannya diluar rumah, khususnya kalangan mahasiswa dengan banyaknya kegiatan di luar kampus, serta mobilitas yang tinggi. Cafe hadir untuk tempat bersantai, nongkrong untuk menghilangkan penat, atau hanya

³ Amiruddin, dkk, *MEMBANGUN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022), 74.

⁴ Riadhus Solihin, *Digital Marketing Di Era 4.0*, (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2019), 16.

sekedar tempat untuk berkumpul dengan teman sejawat dan keluarga. Padatnya jumlah cafe memicu persamaan produk yang dihasilkan yang tentunya membuat persaingan bisnis yang ketat.

Persaingan bisnis yang semakin kompetitif, mengharuskan setiap perusahaan menyadari pentingnya peran loyalitas pelanggan. Griffin menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan indikator yang lebih dapat diandalkan untuk memprediksi pendapatan dan pertumbuhan keuangan dibandingkan dengan kepuasan pelanggan.⁵ Dalam sebuah bisnis, loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja keuangan dan kelangsungan hidup bisnis. Makna loyalitas yang dimaksud adalah komitmen pelanggan untuk membeli produk atau jasa kembali dan menggunakan jasa perusahaan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, untuk mencapai loyalitas pelanggan, perusahaan membutuhkan strategi yang tepat untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Produk ialah salah satu elemen utama dalam sebuah usaha. Produk sangat berkaitan dengan loyalitas pelanggan, dikarenakan ketika konsumen merasa puas dengan produk tersebut, maka mereka cenderung akan tetap setia dengan produk yang mereka beli. Dari korelasi tersebut, dapat diartikan bahwasannya konsumen dalam mengkonsumsi produk tidak hanya modal transaksi, akan tetapi juga membeli sebuah kepuasan. Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa untuk mencapai loyalitas pelanggan, produsen harus dapat menciptakan produk yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dengan kualitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan kompetitornya.

⁵ Supriyadi Setiawan, *Loyalitas Pelanggan Jasa*, (Bogor: Ipb Ipb Press, 2011), 24.

Faktor lain yang penting dan harus diperhatikan dalam usaha jasa seperti cafe adalah fasilitas. Menurut Kotler, fasilitas adalah segala jenis bukti fisik yang disediakan oleh perusahaan untuk mendukung kenyamanan konsumen.⁶ Fasilitas erat kaitannya dengan apa yang dirasakan dan digunakan konsumen secara langsung. Yang mana konsumen cenderung memperhatikan perlengkapan-perengkapan fisik untuk mempermudah dan memperlancar kegiatan serta menunjang kenyamanan konsumen dalam beraktifitas. Oleh karena itu, jika ingin mencapai loyalitas pelanggan, maka perusahaan harus menyediakan fasilitas yang memadai untuk mencapai kepuasan konsumen. Dengan begitu, fasilitas menjadi sangat penting dalam pembentukan persepsi pelanggan dan loyalitas pelanggan yang kemudian akan mempengaruhi kualitas jasa tersebut.

Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Tjiptono menjelaskan kualitas layanan merupakan suatu tingkat keunggulan yang diharapkan, yang mana dengan mengendalikan tingkat keunggulan tersebut, maka diharapkan dapat memenuhi keinginan pelanggan dan konsumen.⁷ Hal tersebut dikarenakan kualitas pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sekaligus ketepatan pemberian layanan untuk menyeimbangkan layanan yang diharapkan konsumen. Dengan begitu, kualitas pelayanan dalam sebuah usaha jasa sangat menentukan kualitas jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumennya. Oleh karena itu,

⁶ Indra Lutfi Sofyan, Dkk, "Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas, Melalui Kepuasan konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Star Clean Car Wash Semarang", *Jurnal Of Social And Politic*, (2013), 3.

⁷ Isti Faradisa, Dkk, "Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeeshop Semarang (Icos Café)", *Jurnal Of Management*, Vol. 2, No. 2, (2016).

untuk mencapai loyalitas pelanggan, perusahaan perlu memperhatikan dan terus meningkatkan kualitas pelayanannya kepada konsumen.

Salah satu cafe yang menarik perhatian peneliti adalah Cafe Bintang Sanga. Hal pertama yang menarik perhatian peneliti adalah intensitas pengunjung yang datang setiap harinya, terutama di malam hari. Selain itu, Cafe Bintang Sanga juga sering dijadikan tempat berkumpul, rapat, penyelenggaraan *event-event* hingga beberapa kegiatan spiritual yang diadakan oleh pemerintah daerah, komunitas ataupun organisasi mahasiswa, perangkat desa, dan organisasi kemasyarakatan lainnya. Cafe Bintang Sanga mempunyai 3 keunggulan kompetitif yaitu dari segi produk, fasilitas, dan kualitas pelayanannya kepada konsumen. Hal tersebut dibuktikan dengan meningkatnya pendapatan cafe dengan memperhatikan 3 komponen tersebut. Berikut data jumlah pendapatan Cafe Bintang Sanga pada tahun 2022.

Tabel 1.1
Data jumlah pendapatan Cafe Bintang Sanga tahun 2022

Bulan	Produk (<i>pcs</i>)	Pendapatan
Januari	1.245	25.725.000
Februari	1.064	23.059.000
Maret	1.172	26.729.000
April	1.109	31.120.000
Mei	1.065	28.548.000
Juni	1.123	32.820.000
Juli	1.027	28.457.000

Agustus	1.165	40.606.000
September	1.156	40.536.000
Oktober	1.043	20.075.000
November	1.232	45.780.000
Desember	1.245	43.560.000

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, menunjukkan bahwa jumlah pendapatan Cafe Bintang Sanga pada tahun 2022 mengalami fluktuasi, dikarenakan pengaruh beberapa faktor dalam pemasarannya. Pada bulan Agustus, pendapatan Cafe Bintang Sanga mengalami peningkatan yang lebih tinggi dibandingkan bulan-bulan sebelumnya. Hal tersebut dikarenakan, eksistensi para mahasiswa baru Angkatan 2023 yang telah melakukan perkuliahan tatap muka. Dari fakta tersebut membuktikan bahwa semakin banyaknya kuantitas mahasiswa di Telang mengakibatkan mobilitas yang semakin tinggi. Sehingga, berdirinya lebih dari 35 cafe di Telang yang selalu ramai disetiap harinya menunjukkan bahwa cafe adalah bisnis yang tidak akan sepi peminatnya.

Oleh karena itu, dari data pendapatan Cafe Bintang Sanga tersebut, kemudian menarik perhatian peneliti. Hal yang menjadi perhatian peneliti yaitu, bagaimana cara Cafe Bintang Sanga menggaet para konsumen muslim di Telang dan mempertahankan konsumen lamanya untuk menjadi pelanggan yang loyal dengan ketiga keunggulan kompetitif yang dimiliki, yakni dari segi produk, fasilitas, dan kualitas pelayannya. Sehingga peneliti mengambil judul penelitian **“Pengaruh**

Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Muslim Pada Cafe Bintang Sanga”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, identifikasi masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Produk Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Muslim Cafe Bintang Sanga?
2. Apakah Fasilitas Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Muslim Cafe Bintang Sanga?
3. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Muslim Cafe Bintang Sanga?
4. Apakah Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan Muslim Cafe Bintang Sanga?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Muslim Cafe Bintang Sanga.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Muslim Cafe Bintang Sanga.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Muslim Cafe Bintang Sanga.

4. Untuk Mengetahui Pengaruh Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan Muslim Cafe Bintang Sanga.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis bagi seluruh partisipan. Adapun manfaatnya sebagai berikut:

1) Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini, secara teoritis dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Memberikan gagasan baru tentang Ilmu Ekonomi Syariah dalam bisnis cafe, yaitu Cafe Bintang Sanga.
- b. Memberikan kontribusi akademis terhadap pengembangan Ilmu Ekonomi Syariah pada manajemen pemasaran mengenai pengaruh kualitas produk, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Muslim.
- c. Sebagai bahan acuan dan referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang berhubungan tentang loyalitas pelanggan yang kemudian menjadi bahan kajian lebih lanjut.

2) Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini, secara praktis dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pandangan baru, menambah wawasan dan ilmu pengetahuan, serta pengalaman secara langsung tentang bagaimana produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan Muslim pada Cafe Bintang Sanga.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi, bahan evaluasi, saran serta acuan untuk terus meningkatkan apa saja faktor untuk menggaet loyalitas pelanggan, yakni selain dari produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan yang telah ditawarkan oleh Cafe Bintang Sanga.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi tambahan, bahan referensi, dan acuan untuk menganalisis kembali objek penelitian dengan variabel lain yang belum diteliti.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, diantaranya :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan dalam penelitian ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab landasan teori dalam penelitian ini akan membahas kajian teori, kajian pustaka, kerangka pemikiran serta hipotesis terkait variabel penelitian yang akan dianalisis diantaranya, Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian ini menjelaskan tentang metode yang digunakan dalam penelitian, termasuk jenis penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel, sumber data, dan teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab hasil penelitian dan pembahasan ini merupakan bab penjabar yang secara keseluruhan akan membahas mengenai hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh peneliti terkait penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab penutup dalam penelitian ini yang berisi kesimpulan penelitian dan saran yang diperuntukan kepada peneliti selanjutnya agar menambah menambah pengetahuan, dan dapat lebih luas mengambil objek yang diteliti atau menambah variabel dalam penelitian selanjutnya.