

BAB I

PENDAHULUAN

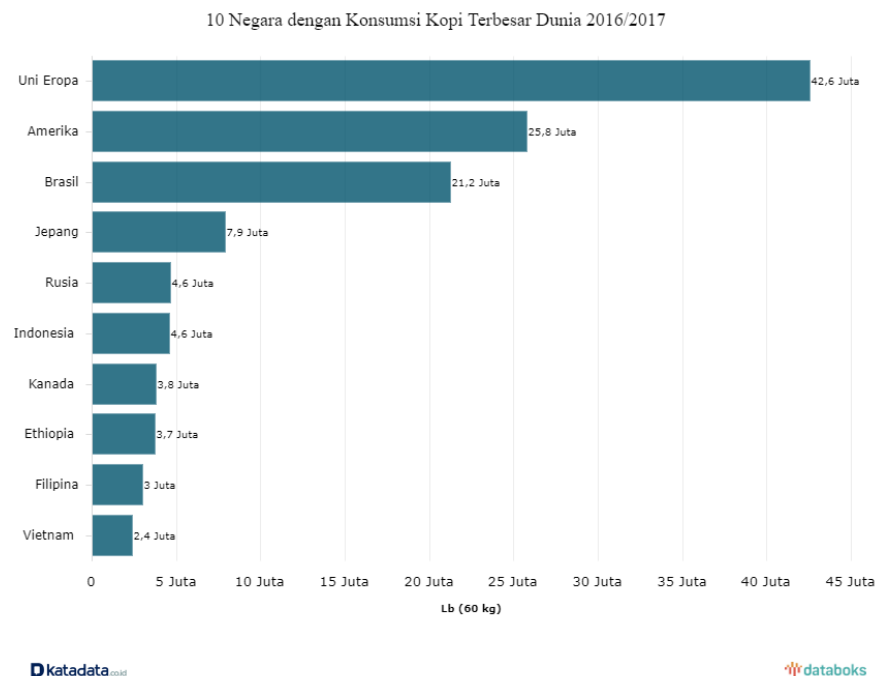
1.1 Latar Belakang

Pemasaran merupakan suatu kegiatan terpadu, menyeluruh, dan terencana, yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha guna untuk mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk mempunyai nilai jual, menentukan harga, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra, dan masyarakat umum. Pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting bagi keberhasilan pengusaha, tujuan utama pelaksanaan pemasaran adalah adanya sebuah penjualan. Penjualan merupakan suatu proses pertukaran barang atau jasa dengan sejumlah nilai dari produsen ke konsumen guna keberhasilan suatu perusahaan.

Seiring dengan berkembangnya teknologi di era globalisasi telah membawa banyak perubahan dalam segi gaya hidup, perilaku, serta budaya dalam masyarakat. Dewasa ini, pertumbuhan dan perkembangan bisnis yang sangat pesat mengharuskan suatu usaha untuk bersaing dalam memasarkan produk atau pun jasa yang mereka hasilkan. Untuk itu pebisnis dapat menyusun strategi pemasaran yang tepat, sebuah usaha perlu mengetahui keinginan dan kebutuhan mereka mengenai produk maupun jasa, dan yang paling penting adalah harus jeli dalam melihat peluang pasar.

Salah satu bisnis yang sedang berkembang di Indonesia saat ini adalah *coffee shop* atau kedai kopi. *Coffe shop* adalah salah satu jenis kafe yang masuk dalam kategori kafe kecil yang menyediakan tempat minum kopi dengan fasilitas yang menunjang kenyamanan konsumen. Menurut *International Coffe*

Organization, Indonesia masuk dalam 10 negara dengan konsumsi kopi terbesar di dunia.



Gambar 1.1 Daftar 10 Negara Dengan Konsumsi Kopi Terbesar Dunia 2016/2017

Sumber : www.databoks.katadata.co.id

Berdasarkan data yang dihimpun oleh *International Coffe Organization* (ICO) menunjukkan bahwa konsumsi kopi Indonesia periode 2016/2017 mencapai 4,6 juta kemasan 60 kg/lb berada urutan ke-6 negara dengan konsumsi kopi terbesar dunia di bawah Rusia dan konsumsi kopi terbesar di dunia adalah negara-negara Uni Eropa.

Hal-hal yang dapat mempengaruhi tingkat konsumen untuk merasakan sebuah kepuasan di sebuah kafe yaitu terkait dengan suasana dan juga kualitas pelayanan. Dalam hal suasana kafe ini merupakan hal utama yang harus diperhatikan oleh pengelola sebuah kafe, sebab suasana termasuk penunjang

tertarik atau tidaknya para pengunjung. Banyak konsumen yang memutuskan akan berkunjung dalam suatu kafe terkadang mencari tahu terlebih dahulu terkait dengan suasana yang terdapat di kafe yang akan dituju, karena suasana kafe yang nantinya akan menjadi patokan atau tolak ukur para pengunjung dalam hal menilai bagus atau tidaknya kafe yang dikunjungi. Bukan hanya faktor suasana yang menjadi patokan oleh konsumen untuk berkunjung ke kafe, ada faktor lain yaitu kualitas pelayanan yang menjadi patokan para konsumen. Kualitas pelayanan adalah hal pendukung terkait dengan adanya kepuasan konsumen yang penting bagi pengelola kafe dalam upaya mempertahankan kelangsungan kafe serta meningkatkan jumlah konsumen.

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Kafe J’Kopi Pati
Perode Bulan Januari – Agustus 2022

No	Bulan	Pengunjung
1	Januari	500
2	Februari	450
3	Maret	410
4	April	150
5	Mei	430
6	Juni	400
7	Juli	350
8	Agustus	300

Sumber: Kafe J’Kopi Pati, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa terjadi fluktuasi atau penurunan pengunjung yang cukup signifikan dari bulan Maret sejumlah 410

pengunjung dan kemudian di bulan April sejumlah 150 pengunjung. Hal tersebut terjadi dikarenakan pada bulan April bertepatan dengan bulan puasa Ramadhan, hal tersebut menyebabkan banyaknya konsumen yang memilih tidak berkunjung ke kafe tersebut. Namun apabila kita melihat di bulan Mei bertepatan dengan libur Hari Raya Idul Fitri jumlah pengunjung naik secara drastis sejumlah 430 pengunjung. Beberapa hal tersebut memang masih dapat dimaklumi karena adanya hari besar dan bulan puasa Ramadhan. Namun, apabila kita lihat setelah itu dari bulan Juni sampai Agustus jumlah pengunjung terus mengalami penurunan yang cukup drastis. Pada bulan Juni jumlah pengunjung di angka 400 konsumen, bulan Juli jumlah pengunjung di angka 350 konsumen, bulan Agustus jumlah pengunjung 300 konsumen. Dari beberapa bulan tersebut menunjukkan jumlah pengunjung yang mengalami penurunan, maka dari itu penting bagi peneliti untuk dapat mengetahui pemicu terjadinya fenomena berkurangnya konsumen yang berkunjung ke J'Kopi Pati.

Suasana kafe merupakan salah satu faktor yang menunjang bisnis kafe, dimana *atmosphere* yang ada dan tercipta membuat konsumen merasakan suatu hal yang berbeda pada setiap kafe yang mereka kunjungi. Menurut (Kotler, 2012) menjelaskan bahwa suasana kafe adalah desain lingkungan, melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian. Suasana dalam sebuah kafe dapat mempengaruhi emosi dan perasaan konsumen sehingga dapat terjadi proses pembelian. Suasana kafe dapat tercipta melalui eksterior dan interior, suara atau gemuruh, musik, dan penerangan pada akhirnya dapat membentuk perasaan nyaman atau kecewa yang dapat dirasakan oleh konsumen. Sopiah dan Syihabudhin dalam (Isna A.S, 2020) menyatakan bahwa suasana kafe dapat menjadi faktor yang berpengaruh bagi konsumen dalam berkunjung dan

kemudian membeli di toko. Bahkan banyak konsumen yang mengunjungi kafe karena mereka tertarik dan menyukai suasana yang ada di dalamnya, karena yang mereka perhatikan tidak hanya jasa ataupun barang yang ditawarkan, akan tetapi mereka juga memberikan perhatian terhadap lingkungan tempat mereka melakukan pembelian.

Faktor lain yang dapat memenuhi kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan. (Tjiptono, 2016) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting bagi suatu perusahaan jasa, karena dengan kualitas pelayanan yang baik konsumen akan merasa puas dan bahkan setia kepada perusahaan tersebut. (Adhiyanto, 2012), menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan akan dapat memberikan rasa puas terhadap pelanggan. Kualitas layanan merupakan perbedaan antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, (Ulfi Setiyani, 2022).

Harapan dari seorang pengunjung adalah merasakan kepuasan, jika kepuasan konsumen terpenuhi maka konsumen akan datang kembali ke kafe tersebut. Kotler, 2016) mendefinisikan kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Kemudian menurut Salomon dalam (Rizan, 2022) berpendapat bahwa kepuasan konsumen dibentuk melalui keseluruhan perasaan atau perilaku seseorang tentang sebuah produk atau jasa setelah membeli dan mengkonsumsinya.

Bisnis kafe saat ini merupakan bisnis yang berkembang pesat dan tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia khususnya dikalangan pemuda. Hal ini

ditandai dengan banyaknya kafe yang bermunculan dengan menghasilkan produk yang sama akan tetapi dengan suasana dan layanan yang berbeda. Kabupaten Pati memiliki banyak tempat wisata alam dan wisata kuliner termasuk kafe. Kafe merupakan tempat untuk bersantai, menghabiskan waktu di luar ruangan menghilangkan kepenatan setelah melakukan pekerjaan, mendengarkan musik, makan dan minum, serta berbincang bersama teman maupun keluarga. Selain itu, banyak kafe saat ini memiliki desain yang menarik, harga yang ramah dikantong dan suasana yang nyaman, sehingga pengunjung akan merasa nyaman ketika berkunjung ke kafe tersebut.

Eksistensi kafe yang semakin meningkat dikalangan masyarakat tidak dapat dipungkiri dengan munculnya persaingan yang cukup ketat diantara kompetitor dibidang kafe untuk memikat kepuasan pelanggan yang semakin besar. Pebisnis kafe memiliki upaya untuk menarik serta memperoleh pelanggan yang banyak guna mendapatkan keuntungan yang sesuai dengan tujuan pebisnis kafe, dalam hal ini pebisnis harus mampu memberikan suasana yang berbeda serta pelayanan yang maksimal sehingga menimbulkan kepuasan tersendiri bagi pelanggan (Isna, 2020).

J'Kopi Pati berdiri pada tahun 2020 merupakan usaha keluarga yang terletak di Ds. Jrahi Kec. Gunungwungkal Kab. Pati yang berdiri pada ketinggian 1145 MDPL (Meter Diatas Permukaan Laut). J'Kopi Pati merupakan kafe yang memiliki konsep bangunan implementasi bata ekspos serta mengikuti tren terkini, serta sudah ramai didatangi penduduk dalam maupun luar kota Pati, khususnya dikalangan anak muda. Munculnya kafe ini dinilai unik serta berbeda dari lainnya, karena kafe ini mempunyai konsep *outdoor* dan semi *outdoor* sehingga pengunjung dapat melihat suasana secara langsung di sekitar kafe yang sangat

asri, yaitu embung serta perbukitan lereng Gunung Muria yang menjadikan kafe tersebut cocok untuk dikunjungi seluruh lapisan masyarakat guna untuk menikmati kopi serta menikmati suasana yang asri dan tenang karena terletak perbukitan. J'Kopi Pati menyediakan banyak pilihan menu, mulai dari makanan berat, cemilan, serta minuman kekinian.

Menurut (Isna, 2020), dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Suasana Kafe Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Merdeka Cafe Nganjuk”, membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara suasana cafe dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Merdeka Cafe Nganjuk. Didukung dengan oleh (Isra, 2020), dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Upnormal Cofee Roasters Global Project Bandung”, yang membuktikan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari store atmosphere dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Upnormal Coffe Roasters Global Project.

Perihal permasalahan diatas peneliti menyadari bahwasanya suasana kafe dan kualitas pelayanan perlu dimaksimalkan agar dapat menciptakan suatu kepuasan dari konsumen. Sehingga, nantinya konsumen dapat tertarik untuk berkunjung kembali. Berdasarkan penjelasan yang disampaikan peneliti diatas, maka peneliti tertarik untuk membuktikan secara sistematis dan mendetail apakah suasana kafe dan kualitas pelayanan signifikan terhadap kepuasan konsumen serta pengaruhnya terhadap kafe itu sendiri. Maka dari fenomena di atas peneliti mengangkat sebuah judul Skripsi “Pengaruh Suasana Kafe Terhadap Kepuasan Konsumen di J'Kopi Pati”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah di atas, maka masalah yang dikaji adalah sebagai berikut:

1. Apakah suasana kafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di J'Kopi Pati?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di J'Kopi Pati?
3. Apakah suasana kafe dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di J'Kopi Pati?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka peneliti menetapkan tujuan dari penelitian tersebut, yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah suasana kafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di J'Kopi Pati.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di J'Kopi Pati.
3. Untuk mengetahui apakah suasana kafe dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di J'Kopi Pati.

1.4 Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian yang hendak dicapai dalam penyusunan penelitian ini adalah:

1. Bagi Universitas Trunojoyo Madura

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai koleksi perpustakaan yang diharapkan bermanfaat sebagai bacaan bagi mahasiswa atau pihak lain

yang berkepentingan, selain itu juga menjadi acuan bagi penelitian sejenis untuk menambah wawasan dan pengetahuan terutama menyangkut hal yang berkaitan dengan pengaruh harga suasana kafe dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi Pemilik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan pertimbangan dan sebagai bahan masukan bagi pemilik yang berkaitan dengan pengaruh suasana kafe dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

3. Bagi Akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya dalam bidang yang berkaitan dengan pengaruh suasana kafe dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

4. Bagi Penulis

Melalui penelitian ini diharapkan penulis dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang didapatkan selama menempuh studi pendidikan kedalam karya nyata dan dapat menambah pengetahuan serta wawasan penulis mengenai manajemen pemasaran secara konkret dan nyata khususnya tentang pengaruh suasana kafe dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.