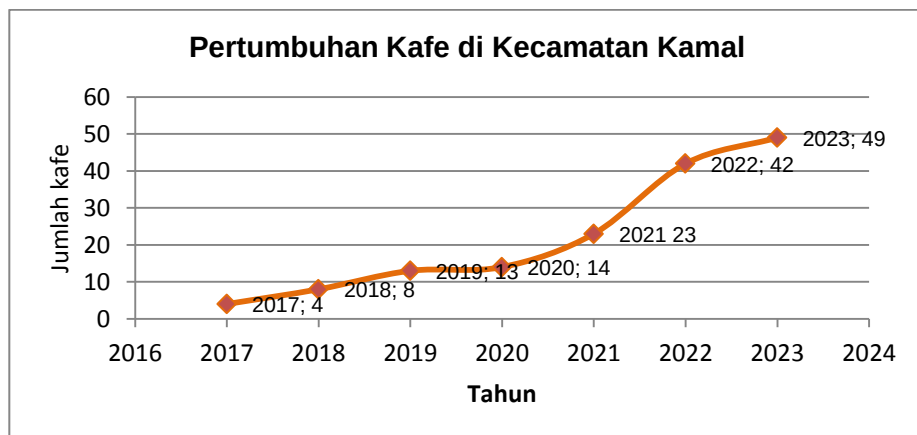


I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya zaman, dewasa ini selain adanya teknologi yang canggih, gaya hidup masyarakat juga mengalami perkembangan. Ditinjau dari kebutuhan dan keinginan masyarakat yang beragam, khususnya kaum milenial terutama pada wilayah 3F yaitu *food*, *fashion*, dan *fun* (Mandasari *et al.*, 2019). Banyak kaum milenial yang berada pada wilayah 3F untuk label *up to date*. Fenomena ini juga terjadi di Bangkalan terutama di area sekitar Universitas Trunojoyo Madura. Banyak mahasiswa yang memilih kafe sebagai tempat untuk berkumpul bersama baik mengadakan diskusi atau mengerjakan tugas, serta sekedar berfoto yang kemudian di *post* di sosial media. Banyaknya kafe yang ada membuat konsumen memiliki banyak opsi untuk memilih produk dan lokasi yang diinginkan. Fenomena 3F ini membuat keberadaan kafe menjadi berkembang dengan pesat. Berikut pertumbuhan kafe di Kecamatan Kamal yang sering dikunjungi mahasiswa :



Gambar 1.1
Grafik Pertumbuhan Kafe di Sekitar Universitas Trunojoyo Madura
Sumber: Diolah Peneliti

Hasil observasi yang dilakukan peneliti pada Bulan Februari 2023 di kecamatan Kamal ada sebanyak 56 kafe namun hanya 49 kafe yang masih beroperasi hingga saat ini. Tahun 2017 hanya ada empat kafe dan bertambah empat kafe pada tahun 2018. Tahun 2019 jumlah kafe meningkat bertambah lima sehingga total ada 13 kafe. Akan tetapi, pada tahun 2020 pertumbuhan kafe hanya bertambah satu akibat adanya pandemi COVID-19. Kemudian terjadi peningkatan sebanyak sembilan pada tahun 2021 sehingga totalnya 23.

Pertumbuhan kafe sangat pesat pada tahun 2022 dalam kurun satu tahun jumlah kafe bertambah sebanyak 19 sehingga total kafe pada 2022 sebanyak 42 kafe. Peningkatan juga terjadi pada tahun 2023 pada awal Maret jumlah kafe bertambah sebanyak tujuh data ini akan diprediksi semakin meningkat.

Banyaknya kafe dan kedai kopi yang berkembang pesat dan saling berdekatan menimbulkan tingkat persaingan semakin tinggi. Dengan demikian, perusahaan harus terus melakukan inovasi baru yang menarik seperti lokasi kafe dengan spot foto yang *instagramable* yang dapat menarik minat konsumen. Selain itu, perusahaan juga perlu meningkatkan kualitas dari produk dan pelayanan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Kepuasan pelanggan yang didapatkan seperti pelayanan yang baik dan produk dengan atribut yang diharapkan konsumen, sehingga membuat konsumen terpenuhi harapannya dan tidak menutup peluang konsumen akan melakukan pembelian berulang (Sulistiani, 2021).

Kepuasan pelanggan yaitu perasaan pelanggan yang timbul baik perasaan senang, sedih, dan kecewa terhadap produk barang dan jasa, apakah sesuai dengan keinginan pelanggan (Handoko, 2017). Kepuasan ini dapat ditinjau dari kualitas produk dan pelayanan yang diberikan (Maulidah *et al.*, 2019). Kualitas produk merupakan kemampuan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Habibah, 2016). Kualitas pelayanan adalah sesuatu kelebihan yang disusun oleh produsen yang bertujuan memberikan kenyamanan pada pelanggan melalui pelayanan, pelayanan ini meliputi faktor layanan yang diharapkan dan layanan yang diterima pelanggan (Sarasabella dan Sumiati, 2021).

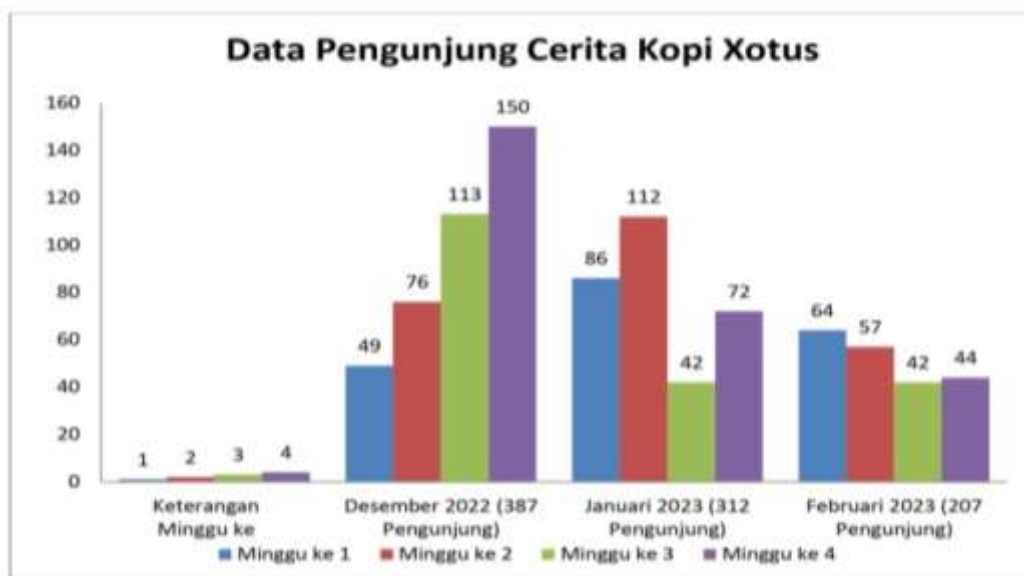
Perubahan gaya hidup masyarakat ini membuat strategi pemasaran berubah, tidak hanya mengutamakan cita rasa makanan yang mengenyangkan perut. Akan tetapi, dapat ditinjau dari aspek lain seperti desain interior, eksterior, keramah-tamahan, dimana membuat fokus usaha kafe berorientasi pada pengalaman yang berkesan dan unik. Selain itu Keunikan ini dapat ditinjau dari inovasi dan ide yang unik misalnya konsep *cafe library*, kafe jamu untuk meningkatkan konsumsi jamu pada kalangan muda dan sebagainya (Chandra *et al.*, 2015)

Cerita Kopi Xotus ialah kafe di Bangkalan yang memiliki keunikan dibandingkan dengan kafe lainnya, keunikan ini dapat ditinjau dari berbagai aspek. Salah satunya desain tempat lokasi yang bernuansa *tropical* dengan nuansa putih dan coklat dengan payung-payung besar. Ketika memasuki kafe

ini pelanggan seperti sedang berada di Pulau Bali. Selain itu Cerita Kopi Xotus memiliki program yang unik yaitu Kamis *cinema*, yaitu konsumen dapat menonton *cinema* yang ada di *rooftop* ketika hari Kamis mulai jam 19.00 WIB. Program suara cerita yaitu *life music* pada hari Rabu. Bentuk inovasi yang unik ini dihadirkan oleh Cerita Kopi Xotus digunakan untuk pendekatan guna menarik minat konsumen.

Cafe ini menawarkan makanan, minuman kopi dan minuman *flavour* yaitu minuman perisa yang mempertegas rasa dan aroma dengan varian *red velvet*, *taro latte*, *choco mar*, *mango yakult*, *soekowi* (susu kopi stroberi). Minuman kopi di sini dijual dengan *brand* cerita kopi. Varian kopi yang ditawarkan yaitu *latte*, *cappuccino hot*, *remivaso*, *coffee dnuth*, *coffee pandan* dan *v60 (pour over)* yaitu kopi yang diseduh dengan teknik *manual brew* atau menyeduh kopi secara manual dengan alat khusus yang diberi nama *dripper*.

Kafe ini tergolong cukup ramai dibandingkan dengan kafe lain. Meskipun kafe ini memiliki daya tarik dengan desain lokasi dan menu produk yang menarik, tidak menutup kemungkinan kafe mengalami fluktuasi jumlah pengunjung. Berikut grafik data pengunjung di Cerita Kopi Xotus Bangkalan pada 3 bulan terakhir pada Gambar 1.2 sebagai berikut:



Gambar 1.2
Pengunjung Cerita Kopi Xotus Desember 2022- Februari 2023
Sumber: Cerita Kopi Xotus, 2023

Berdasarkan dasar latar belakang tersebut dari banyaknya kafe yang meningkat terus setiap tahunnya pada Gambar 1.1 serta hasil wawancara

dengan pimpinan yang ada di kafe Cerita Kopi Xotus berkaitan dengan menurunnya tingkat kunjungan konsumen meskipun sudah melakukan inovasi yang unik dibanding kafe lainnya pada Gambar 1.2. Sehingga penelitian ini dilakukan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan di Cerita Kopi Xotus. Banyak metode yang dapat dipakai dengan tujuan menganalisis tingkat kepuasan konsumen misalnya metode *service quality*, *Importance Performance Analysis* (IPA), *Customer Statisfaction Index* (CSI) dan *Potential Gain in Customer Service* (PGCV). Akan tetapi, metode *servqual* dan *Performance Analysis* (IPA) lebih tepat jika digunakan untuk menganalisis gap dari harapan dan kinerja produk di bidang jasa serta melihat kelompok kuadran prioritasnya (Suyitno dan Sudarso, 2019).

Penelitian ini akan melakukan pengukuran tingkat kepuasan konsumen dari produk dan pelayanan di Cerita Kopi Xotus, sehingga dipilih metode *Customer Statisfaction Index* (CSI) dan *Potential Gain in Customer Service* (PGCV). Metode ini dipilih karena dapat mengukur mengenai kualitas pada produk berbentuk nyata dan jasa atau pelayanan yang diberikan. Sehingga akan diketahui instrumen yang dianggap penting oleh konsumen yang harus dipertahankan serta prioritas atribut mana yang perlu diperbaiki sehingga kepuasan konsumen akan terpenuhi.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian analisis kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan di Cerita Kopi Xotus Bangkalan sebagai berikut:

1. Apa saja atribut produk dan pelayanan yang dianggap penting oleh konsumen di Cerita Kopi Xotus
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan di Cerita Kopi Xotus
3. Menentukan atribut yang perlu diprioritaskan oleh Cerita Kopi Xotus berdasarkan tingkat kepentingan konsumen di Cerita kopi Xotus.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Menelaah atribut produk dan pelayanan yang dianggap penting oleh konsumen di Cerita Kopi Xotus
2. Mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan

pelayanan di Cerita Kopi Xotus

3. Menominasikan urutan atribut yang perlu diprioritaskan oleh Cerita Kopi Xotus berdasarkan tingkat kepentingan konsumen di Cerita kopi Xotus.

1.4 Batasan Penelitian

Batasan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Populasi yang digunakan hanya pelanggan yang datang dan melakukan pembelian minimal 1 kali di Cerita Kopi Xotus Bangkalan
2. Penelitian ini hanya mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan pelayanan menggunakan dua metode yaitu *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Potential Gain in Customer Service (PGCV)*.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dilakukan ini yaitu:

1. Memberikan rekomendasi yang bermanfaat untuk menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan di Cerita Kopi Xotus Bangkalan
2. Memberikan arahan dan anjuran di Kafe Cerita Kopi Xotus untuk mempertahankan atribut produk dan pelayanan yang dianggap penting oleh konsumen
3. Mengoreksi atribut di Cerita Kopi Xotus perlu diperbaiki atau ditingkatkan sehingga akan memperoleh kepuasan dari konsumen serta mempertahankan pelanggan .