

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi saat ini semakin pesat, dengan semakin pesatnya perkembangan ekonomi dapat menimbulkan berbagai masalah. Persaingan yang semakin ketat menjadi salah satu masalah yang dapat ditimbulkan dari pesatnya perkembangan ekonomi. Hal ini terlihat sejalan dengan perkembangan yang begitu pesat dalam dunia bisnis, semakin banyaknya pelaku bisnis merupakan salah satu bukti nyata perkembangan dunia bisnis. Bisnis yang saat ini banyak ditemui yaitu kegiatan usaha kafe, usaha ini termasuk dalam bisnis jasa makanan dan minuman. Kegiatan usaha ini telah banyak berkembang untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya, dikarenakan usaha ini dapat dinikmati berbagai kalangan.

Semakin masifnya perkembangan dalam usaha ini, mengharuskan pelaku usahanya berpikir keras untuk memuaskan pelanggan agar tetap bisa bersaing ditengah gempuran pesaing. Usaha kafe ini memang cukup menjanjikan untuk para pelaku usahanya, dikarenakan pada jaman era yang modern ini diperlukan tempat untuk sekadar bersantai ria melepas penat setelah seharian melakukan aktivitas. Namun dikarenakan perkembangan usaha dibidang ini cukup pesat, mengharuskan setiap kafe agar memiliki ciri khasnya masing-masing. Pelanggan yang berkunjung pun akan merasa senang terlebih jika kafe yang dikunjunginya berbeda dengan kafe yang lainnya, inilah yang menjadi salah satu faktor utama untuk pelaku usaha kafe agar menarik pelanggan dan memberikan kepuasan pada pelanggan. Kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan produk atau layanan kinerja yang

dirasakan sesuai dengan harapan (Kotler dan Keller, 2016:153). Kepuasan inilah yang dapat berpengaruh pada pelaku usaha kafe, apabila pelanggan merasakan kepuasan, maka pelanggan tersebut akan merasa senang dan akan melakukan pembelian ulang.

Pada saat ini, ditengah pesatnya perkembangan dunia bisnis, kebiasaan masyarakat untuk nongkrong atau berkumpul di kafe hanya sekedar bercanda dan bersantai ria dalam melepas penat seharian beraktivitas yang dapat dinikmati berbagai kalangan usia. Kebiasaan inilah yang membuat para pelaku usaha melirik potensi berbisnis kafe. Terlebih kafe yang fungsi awalnya hanya sebagai tempat kedai kopi bergeser fungsinya sesuai dengan perkembangan jaman, salah satunya sebagai tempat untuk nongkrong dan menikmati hidangan.

Menjamurnya usaha kafe ini mengakibatkan pelanggan memiliki banyak pilihan untuk mencari sebuah kafe yang nyaman, terlebih lagi ada beberapa aspek yang membuat pelanggan merasakan kepuasan saat berada di sebuah kafe, diantaranya dari segi harga, produk yang ditawarkan, lokasi yang mudah dijangkau ataupun dari segi kualitas pelayanan kafe tersebut. Aspek-aspek tersebut yang memungkinkan pelanggan merasa puas disaat berada di sebuah kafe, jika aspek-aspek tersebut dapat dipenuhi oleh seorang pelanggan maka hal ini akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Sebaliknya, jika beberapa aspek tersebut ada yang tidak dapat terpenuhi kepada pelanggan maka dapat mengakibatkan kurang puasnya konsumen terhadap sebuah kafe.

Perkembangan usaha kafe ini dapat ditemui di berbagai tempat, salah satunya di Kota Surabaya. Perkembangan usaha kafe di Surabaya sangat pesat, hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya kafe yang telah didirikan. Hal ini didukung oleh pendapat dari Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo)

Jatim yang menyatakan bahwasannya optimis pertumbuhan bisnis kuliner di wilayah Jawa Timur dan sekitarnya akan bertumbuh sekitar 10-15% pada tahun ini, dikutip dari radarsurabaya.id (*Tahun Ini, Apkrindo Optimis Bisnis Kuliner akan Tumbuh 15 Persen*, 2022). Pertumbuhan yang telah disebutkan oleh Apkrindo diatas didukung pula dari data yang telah dikumpulkan oleh Badan Pusat Statistik Jawa Timur, perihal jumlah data Restoran dan Kafe di Jawa Timur khususnya di Kota Surabaya.

Tabel 1.1 Jumlah Data Restoran dan Kafe Surabaya Tahun 2018-2020

Tahun	Jumlah Restoran dan Kafe
2018	1341
2019	1502
2020	1725

Sumber : Data diolah dari BPS Jawa Timur 2021

Dari paparan tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa adanya peningkatan pertumbuhan Restoran dan Kafe di Surabaya dari tahun 2018 hingga 2020. Pada tahun 2019 pertumbuhan Restoran dan Kafe dari tahun 2018 sebesar 161, dimana dalam kurun waktu 2018-2019 pertumbuhannya berkisar 10-12% dan pada tahun 2020 pertumbuhannya mencapai 1725 bertambah 223 dari tahun 2019, pertumbuhan dalam kurun waktu 2019-2020 mencapai 15%. Perkembangan inilah yang seharusnya dapat dilihat oleh pelaku usaha kafe agar lebih inovatif dan kreatif untuk dapat bersaing ditengah pasar yang begitu ketat. Terlebih lagi pertumbuhan usaha kafe di Surabaya yang begitu masifnya agar membuat para pelaku usaha kafe menjadi semakin bersemangat.

Surabaya merupakan salah satu kota terbesar di Jawa Timur yang mempunyai beragam masyarakat dari latar belakang, sosial, ekonomi pekerjaan dan pendidikan yang berbeda-beda. Dengan berbagai macam kegiatan yang

dilakukan oleh masyarakat Surabaya yang begitu padat, maka tidak dapat dipungkiri hal tersebut yang menyebabkan lelah sehingga masyarakat membutuhkan sebuah tempat yang nyaman untuk melepas lelah seharian beraktivitas. Salah satu tempat yang dapat merefleksikan hal tersebut dinamakan sebuah kafe. Besarnya pangsa pasar dari sebuah usaha kafe yang berada di Kota Surabaya mendorong para pelaku usaha untuk bersaing dalam mendirikan sebuah kafe. Tidak heran jika perkembangan kafe di Surabaya semakin banyak.

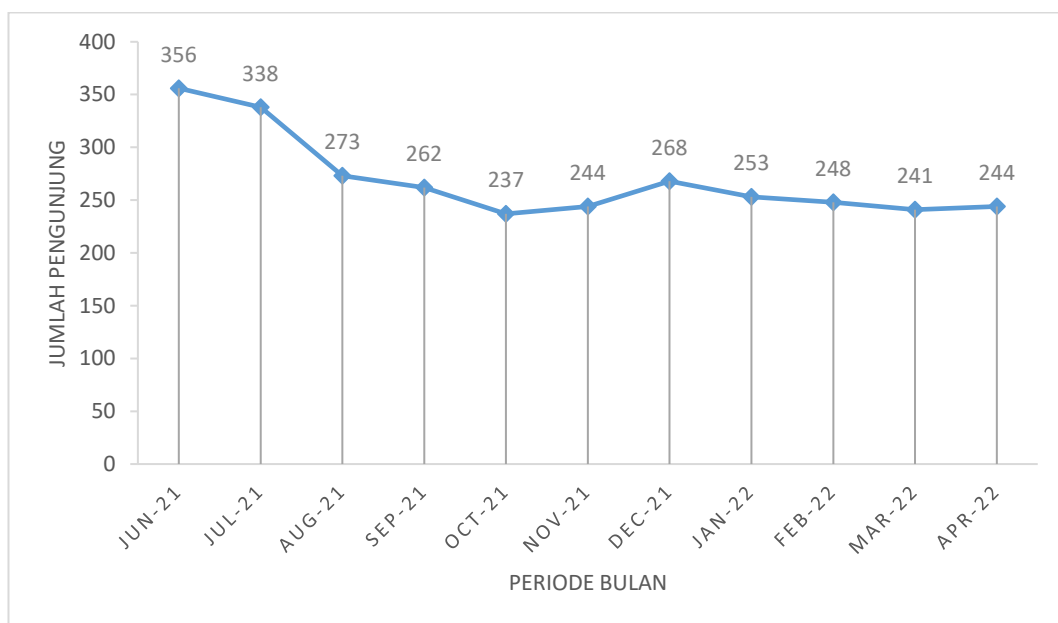
Salah satu contoh kafe yang terdapat di Surabaya yaitu Ruangkata Coffee. Kafe ini didirikan pada 19 Desember 2020, sehingga terbilang cukup muda dalam dunia usaha kafe. Dengan konsep Ruang dan Kata dipilih langsung oleh pemiliknya, yang memiliki makna memberikan ruang kepada pelanggan yang datang untuk mengekspresikan dirinya. Pelanggan yang akan berkunjung ke kafe ini dapat berkunjung pada hari senin hingga minggu pada pukul 09.00-22.00 WIB. Dalam jam operasionalnya kafe ini tidak jauh berbeda dengan kafe-kafe lain yang berada di sekitar Surabaya.

Dalam mengembangkan usahanya, pemilik kafe menawarkan beberapa produk untuk dinikmati. Produk yang ditawarkan cukup bervariasi, sehingga pelanggan memiliki ruang untuk memilih produk mana yang akan dibeli. Menurut (Kotler dan Armstrong, 2012) kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan hasil yang lebih dari yang diharapkan. Pendapat ini didukung penelitian yang dilakukan (Permana, 2013) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Selanjutnya kualitas pelayanan pada Ruangkata Coffee, dimana barista selalu menggunakan pakaian yang rapi dan elok dipandang serta di kafe ini dapat melayani pelanggan dengan berbagai macam aneka perkopian. Pengunjung yang datang dapat *Request* kopi yang diinginkan jika belum terdapat di menu yang ditawarkan, asalkan permintaan tersebut masih bisa dilakukan barista tersebut. (Kotler, 2010:297) berpendapat bahwa pelayanan yang dapat memuaskan akan berdampak terjadinya pembelian berulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan serta dapat menjaga jarak dengan pesaing. Pendapat ini didukung penelitian yang dilakukan (Fatona, 2010) yang menyatakan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan menjadikan pelanggan loyal.

Adapun lokasi dari Kafe ini pada awalnya bertempat di teras rumah pemiliknya namun dengan penjualan dan pendapatan yang kurang memuaskan, pemilik kafe akhirnya memindahkan lokasi kafe ini ke tengah kota Surabaya, bertempat di Jalan Gubernur Suryo No. 6. Dengan berada di tengah kota, tentunya tidak begitu sulit untuk menemukan kafe ini. Adapun strategi yang dilakukan oleh pemilik kafe ini adalah penempatan lokasinya yang cukup strategis untuk dijangkau para pelanggan yang akan berkunjung. Menurut (Tjiptono, 2012:345) menyatakan lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Pendapat ini didukung penelitian yang dilakukan (Hidayat dan Faeni, 2019) yang menyatakan lokasi secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Dari ketiga strategi yang dilakukan pemilik Ruangkata Coffee telah dilakukan dengan baik. Dari segi kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi sudah dilakukan untuk menarik konsumen. Namun hal ini berbanding terbalik dari yang terjadi di lapangan. Pengunjung di kafe Ruangkata ini mengalami fluktuasi dan beberapa kali mengalami penurunan pelanggan. Berikut merupakan data pengunjung di kafe Ruangkata pada tahun 2021-2022.



Gambar 1.1 Jumlah Pengunjung Ruangkata Coffee Juni 2021-April 2022

Sumber : Data Bulanan Ruangkata Coffee

Dari paparan gambar 1.1 diatas, menunjukkan bahwa tingkat kunjungan pelanggan pada Ruangkata Coffee mengalami penurunan tiap bulan, adapun kenaikan pengunjung hanya pada bulan november-desember tahun 2021. Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung terbanyak terdapat pada bulan juni tahun 2021 yaitu mencapai 356 pengunjung dan jumlah pengunjung paling sedikit terdapat pada bulan oktober tahun 2021 yaitu terdapat 237 pengunjung. Dari gambar diatas juga dapat disimpulkan adanya

permasalahan yang terdapat pada Ruangkata Coffee sehingga mengalami penurunan pengunjung.

Dari penjelasan latar belakang diatas dan fenomena yang terjadi perihal penurunan pelanggan ini lah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti penyebab penurunan pelanggan dari Ruangkata Coffee dengan judul **“PENGARUH PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Ruangkata Coffee Surabaya)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, dapat menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Ruangkata Coffee?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Ruangkata Coffee?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Ruangkata Coffee?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan diatas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Ruangkata Coffee?
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Ruangkata Coffee?

3. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Ruangkata Coffee?

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan bahwa temuan penelitian ini akan bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis. Diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi sebagai sarana pengembangan pengetahuan dan informasi tambahan yang dipelajari di bangku perkuliahan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan menjadi pengembangan informasi dan ilmu pengetahuan bagi penulis dan berharap dapat berkontribusi pada penelitian selanjutnya.

- b. Bagi Pemilik Kafe

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberi jawaban terkait masalah yang dialami Ruangkata Coffee dan membantu memecahkan masalah serta memberikan saran terkait pemecahan masalah.

- c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi atau bahan acuan kepada peneliti selanjutnya, karena penulis sadar penelitian ini masih banyak kekurangan dan diharapkan juga kepada peneliti selanjutnya untuk mengembangkan pokok permasalahan pada penelitian kali ini.