

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Budaya *ngopi* yang terus bertahan bahkan berkembang hingga saat ini, tentunya akan mengundang banyak orang untuk berlomba – lomba membuat usaha warung kopi. Bahkan saat ini kita sangat sering menjumpai banyak warung kopi yang berbenah, hingga bertransformasi menjadi sebuah *cafe* ataupun *coffee shop* (toko atau kedai yang menyajikan dan menjual spesifik pada minuman kopi). Semua fasilitas yang ada juga diperbaharui, mulai dari design *interior* dan *eksterior* yang menarik agar konsumen dapat berfoto *selfie*, penambahan fasilitas *Wifi* gratis hingga *stop contact* listrik-pun tidak dilupakan untuk menunjang kebutuhan mereka (*gadget charging*). Hal ini dipilih oleh para pemilik *cafe* ataupun *coffee shop* dalam rangka meraup untung sebanyak mungkin, ditengah gelombang budaya *ngopi* kini kian digemari oleh masyarakat luas.

Kedai kopi menjadi sebuah lahan bisnis yang menjanjikan jika mengetahui bagaimana cara mengembangkannya. Pertumbuhan kedai kopi di Indonesia sendiri sudah mulai menjamur dan banyak penikmat kopi yang menikmati waktu luang untuk sekedar melepas penat dengan menikmati kopi di kedai kopi. Menurut Elan Diwangkoro 2016, sejak dahulu kopi identik diminum dan dipercaya dapat menghilangkan kantuk. Oleh karena alasan tersebut banyak orang suka meminum kopi pada saat ingin bergadang atau saat sekedar berkumpul bersama teman-teman. Indonesia merupakan salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia, bukan hanya untuk tujuan ekspor akan tetapi masyarakat Indonesia sendiri sangat suka minum kopi.

Barista Coffee di Bangkalan yang dirintis oleh Hery Ahmad sejak akhir tahun 2014 hingga kini, yang sempat hibernasi pada bulan agustus 2015 hingga agustus 2017. Pada 2 periode tersetbut, Barista Coffee tersebut juga memiliki prioritas komponen atau dimensi dalam holistic marketing. Pada Periode 2014 hingga 2015, Barista Coffee mengusung tema “edukasi kopi” dalam rangka membagi wawasan mengenai kopi terhadap masyarakat Bangkalan melalui cafenya. Pada tema tersebut Barista Coffee I Bangkalan menitik beratkan strategi pemasaran holistiknya pada komponen *intergrated marketing* dan *relationship marketing*. Berbeda lagi pada periode kedua yang dimulai pada bulan november

tahun 2017, Hery Ahmad mengusung tema “*Ngopi Pagi*” dengan misi menciptakan budaya ngopi pagi yang lebih memprioritaskan sisi *internal marketing* dan *socially responsible marketing* pada komponen pemasaran holistik. Barista coffe Bangkalan 1 adalah salah satu cabang yang berlokasi di jalan Halim Perdana Kusuma Bangkalan.

Kualitas pelayanan adalah faktor penting dalam menjaga kredibilitas perusahaan dalam menjamin mutu kualitas pelayanan dan kenyamanan fasilitas. Untuk itu perusahaan perlu melakukan setidaknya sekali dalam 1 tahun untuk melakukan jejak pendapat dari para pelangganya dalam rangka perbaikan kualitas pelayanan dan fasilitas dari persepsi pelanggan. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan persepsi pelanggan merupakan salah satu indikator perbaikan kualitas pelayanan yang berpengaruh pada loyalitas pelanggan itu sendiri. Di Barista Cofee I Bangkalan sendiri belum pernah dilakukan sebuah penelitian untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan atau fasilitas dari persepsi pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan atau fasilitas di Barista Coffe I Bangkalan,\.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan atau fasilitas di Barista Coffe I Bangkalan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman penelitian serta salah satu prasyarat yang harus dipenuhi guna memperoleh gelar sarjana.

2. Bagi Barista Coffe I Bangkalan

Sebagai sumbangan informasi bagi pihak yang berkepentingan khususnya kedai kopi dalam usaha memberikan kepuasan konsumen dengan memperhatikan kualitas pelayanan serta fasilitas di Barista Coffe I Bangkalan.

3. Bagi Universitas Trunojoyo Madura

Sebagai salah satu bahan untuk menambah referensi bacaan bagi mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura pada umumnya, khususnya kajian ilmu bagi para mahasiswa program studi Teknologi Industri Pertanian