

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Persaingan tidak hanya terbatas secara regional (daerah tertentu) dan nasional saja, namun sudah secara global. Hal ini, mengakibatkan semakin banyak variabel – variabel yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu bisnis. Bisnis merupakan suatu kegiatan / aktivitas yang dikerjakan oleh perusahaan untuk mencari keuntungan atau nilai tambah. Saat ini perkembangan bisnis sudah semakin tinggi. Berbagai macam bidang usaha berkembang di Indonesia seperti bisnis property, bisnis dibidang *event organizer*, bisnis dibidang *tour and travel* dan yang paling banyak ditemui adalah bisnis dibidang kuliner.

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang menjadi salah satu pilihan para pebisnis untuk dijalankan karena memiliki prospek yang baik. Dapat dilihat dengan semakin menjamurnya berbagai macam jenis bisnis di bidang kuliner mulai dari warung makanan dipinggir jalan, cafe – cafe hingga resto – resto besar yang tetap ramai dikunjungi pengunjung. Artinya adalah persaingan yang terjadi diantara pebisnis kuliner itu sendiri akan semakin ketat pula, sehingga memaksa mereka untuk memutar otak lebih keras lagi menyiapkan strategi yang tepat demi memenangkan persaingan di pasar. Banyak hal yang harus dipersiapkan oleh perusahaan yang ingin terjun ke dunia bisnis ini. Kesiapan perusahaan dalam melengkapi persaingan bisnis nantinya akan dapat dilihat dari bertahan atau tidaknya bisnis yang dijalanannya.

Perkembangan jaman saat ini juga membuat masyarakat cenderung memiliki kesibukan dan mobilitas yang tinggi. Mereka umumnya lebih sering menghabiskan waktu di luar rumah untuk mengisi waktu luang, berkumpul bersama keluarga dan teman atau hanya sekedar bersantai melepaskan kepenatan di tengah kesibukan mereka. Cafe tentunya memberikan keunggulan tersendiri dalam memberikan penawarannya untuk dapat menarik minat konsumen. Cafe dinilai tidak hanya

menawarkan makanan dan minuman saja, tetapi juga menawarkan fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjungnya. Tidak heran bila para pengunjung cafe bisa menghabiskan waktu berjam-jam berada disana.

Cafe berasal dari bahasa Perancis yang berarti minuman kopi. Namun seiring perkembangannya, cafe tidak hanya sebuah kedai yang menjual makanan dan minuman saja tetapi juga menjual beraneka macam makanan dan minuman. Keberadaan cafe seolah sudah menjamur dan dapat ditemui dimana –mana dengan berbagai konsep seperti cafe bergaya rumahan, bergaya klasik hingga bergaya modern. Makanan dan minuman yang ditawarkan pun beragam dari mulai aneka *dessert*, makanan ringan, makanan utama dan tentu saja berbagai macam olahan minuman yang sebagian besar berbahan kopi.

Situasi sector cafe/coffe shop di Indonesia dapat dikenali melalui tiga karakteristik :

1. Jenis usaha cafe/coffee shop yang tergantung pada jenis pelanggan tertentu, misalnya cafe yang mewah dan dikunjungi secara rutin oleh kelompok konsumen tertentu yang berpenghasilan tinggi.
2. Kebanyakan usaha cafe/coffee shop yang dikunjungi oleh pelanggan tetap dengan interval kunjungan yang jarang frekuensinya.
3. Sebagian besar masyarakat Indonesia tidak mengenal budaya mengunjungi cafe/coffee shop, sisanya hanya mengenali sedikit, sedikit tertarik namun tidak mau mengkonsumsinya. Kelompok ini merupakan kelompok yang paling sulit untuk disasar.

Cafe Kolong merupakan salah satu cafe yang terkenal di Jember .Cafe yang muncul dengan ide Johanes Kris Astono pada April 2010.Cafe Kolong terletak di bawah jembatan jalan Mastrip, jalan yang mengarahkan ke Kampus Universitas Jember. Keberadaannya yang unik dan letaknya di dekat kampus, are kos-kosan mahasiswa membuat cafe kolong selalu ramai dikunjungi. Walau letaknya dibawah jembatan terdapat jalan turun yang mudah dilewati, apalagi bagi yang membawa kendaraan pribadi, lokasi parkirnya memadai.

Cafe Kolong menggunakan dua kolong jembatan, kolong yang satu terdapat panggung mini untuk beberapa pertunjukan seperti music, stand up dan lain-lainnya. Kolong yang satu lagi digunakan bagi mereka yang ingin bersantai. Ada juga kursi yang mengelilingi meja Barista, dimana beberapa pecinta kopi sedang berkumpul. Menu yang ditawarkan kebanyakan adalah jenis makanan ringan seperti kentang, lumpia, roti bakar dan lainnya. Aneka olahan minuman juga dijual disini, ada capucinno, ice blender, dan minuman yang berbahan dasar kopi. Meskipun bermunculan berbagai macam cafe di kota Jember, namun Cafe Kolong tetap bertahan dan memiliki pelanggan setia. Di Jember sendiri sudah banyak ditemui cafe/coffe shop dengan berbagai konsep dan menu yang ditawarkan. Berikut daftar shop yang terdapat di sekitar Kampus di Jember.

Tabel 1.1  
Daftar nama Cafe/Coffe shop di Jember

No	Nama Cafe	Alamat Café
1.	Cafe Kolong	Dibawah Jembatan jalan Mastrip, Jember
2.	Anglo Cafe	Jalan Semeru, Jember
3.	Coffe Toffe	Jalan Trunojoyo, Jember
4.	Kontjo Lawas	Jalan Sumatra, Jember

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Daftar di atas merupakan beberapa Cafe di Jember, dari data tersebut dapat terlihat bahwa Cafe di Kota Jember telah menjamur. Cafe – cafe tersebut menawarkan berbagai menu yang berbeda – beda dengan khas yang dimiliki masing – masing Cafe. Penelitian ini dilakukan di Cafe Kolong yang berada di bawah jembatan jalan mastrip, jember.

Tabel 1.2  
Data Penjualan Beberapa Cafe di Jember, Periode 2016

No	Nama Café	Omset (Rp)
1.	Café Kolong	720.000.000
2.	Anglo Café	405.000.000
3.	Coffe Toffe	360.000.000
4.	Kontjo Lawas	230.000.000

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa omset Cafe Kolong tertinggi. Hal tersebut menandakan perkembangan Cafe Kolong bahwa setiap harinya semakin meningkatnya omset yang diperoleh. Adanya kualitas pelayanan yang diberikan Cafe Kolong terhadap pembelinya dengan ramah dan cepat tanggap. Selain itu, banyak masyarakat Jember yang mengetahui Cafe Kolong, bahkan bukan hanya konsumen masyarakat Jember saja melainkan dari kota lain maupun negara lain.

Maraknya bisnis kuliner mengharuskan para pelaku bisnis membuat usahanya tampil berbeda sehingga menarik konsumen untuk berkunjung dan dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya. Salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan oleh konsumen. Dalam hal ini strategi – strategi pemasaran sangat berperan penting.

Harga dinilai sebagai faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dalam memutuskan pembelian konsumen tentu akan mencari tau harga dan membeli produk yang harganya paling sesuai dengan kemampuan membelinya. Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk dan jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler, 2006). Perusahaan harus benar-benar menyadari peran harga untuk menentukan sikap konsumen. Cafe Kolong sebagai salah satu Cafe di Jember yang terletak di bawah kolong jembatan di Jalan Mastrip, mematok harga yang relatif terjangkau yaitu berkisar antara Rp5.000,-

Rp15.000. Strategi ini dilakukan agar produk dapat dinikmati dari berbagai kalangan, mulai dari pegawai kantoran, mahasiswa, hingga murid sekolah.

Lokasi juga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu usaha. Menurut Jeni Raharjani (2005), strategi lokasi atau tempat adalah salah satu determinan penting dalam menentukan perilaku konsumen. Dalam menjalankan usahanya, perusahaan harus memilih lokasi yang strategis di suatu kawasan yang dekat dengan keramaian dan aktivitas masyarakat juga mudah dijangkau oleh konsumen. Hal ini akan turut mempengaruhi keberlangsungan dari usaha tersebut. Pada usaha kuliner, strategi lokasi merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan karena sebelum memutuskan untuk berkunjung, konsumen tentu akan mempertimbangkan juga lokasi dari tempat tersebut.

Menurut Tjiptono (2006), dengan fasilitas yang baik maka dapat membentuk persepsi di mata pelanggan. Di sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa di mata pelanggan dan menyatakan bahwa apabila suatu perusahaan jasa mempunyai fasilitas yang memadai sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan jasanya dan membuat nyaman konsumen dalam menggunakan jasanya tersebut maka akan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian jasa. Selain itu perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian (Ariyanto, 2016)

Faktor utama yang tidak kalah penting menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian adalah kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono (2011 : 331) pada prinsipnya kualitas jasa dalam hal ini adalah kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan kebutuhan yang kuat dengan pelanggan. Apabila kualitas pelayanan semakin baik, ditunjukkan dengan pelayanan yang handal, memiliki daya

tanggap, memiliki jaminan pelayanan dan empati ( rasa perhatian ) yang lebih, maka pelanggan akan puas. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, meminimalkan biaya dan waktu serta dampak pelayanan terhadap populasi sasaran (Nurul, 2012).

Ketiga faktor diatas dinilai dapat mempengaruhi kelangsungan hidup suatu perusahaan karena berhubungan dengan kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh konsumen. Hal ini penting untuk memperkirakan keinginan dan harapan pelanggan agar kualitas pelayanan yang disediakan bisa memberikan kepuasan optimal sehingga pelanggan percaya terhadap Cafe Kolong dan dapat memperluas lokasi Cafe yang pada akhirnya dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam karya tulis ilmiah ditujukan agar tulisan terarah dan tidak meluas pada pokok bahasan lain. Sugiyono (2007) menyatakan bahwa masalah diartikan sebagai penyimpangan antara yang seharusnya dengan apa yang benar – benar terjadi.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Kolong Jember?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Kolong Jember?
3. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Kolong Jember?
4. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Kolong Jember?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Kolong Jember.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Kolong Jember.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Kolong Jember.
4. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Kolong Jember.

#### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Selain itu, berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, penelitian ini juga memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran produknya.

2. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini diharapkan peneliti dapat mengetahui lebih mendalam manfaat dari strategi pemasaran yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan pengetahuan untuk penelitian-penelitian di bidang pemasaran terutama berkenaan dengan kepuasan pelanggan.