

## **BAB 1 PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Peluang usaha adalah sebuah kesempatan untuk menjalankan sebuah bisnis untuk mendapatkan sebuah keuntungan dengan cara menerapkan strategi yang telah ditetapkan. Kesempatan berusaha yang terbuka lebar ini tidak boleh dilewatkan oleh mereka yang memiliki jiwa berwirausaha. Seorang pengusaha baik pengusaha muda ataupun pengusaha yang sudah lama berkecimpung dalam dunia bisnis ketika ia akan memanfaatkan peluang usaha yang ada pada waktu tertentu. Seorang pengusaha perlu memiliki pemikiran yang matang agar usahanya dapat berjalan sesuai yang diinginkan. Adapun faktor lainnya juga harus diperhatikan seperti faktor internal dan juga eksternal

Faktor internal yang dimaksud adalah sebuah minat dan bakat yang dimiliki seseorang. Ketika memanfaatkan peluang usaha maka harus memperhatikan faktor internal yang dimiliki. Apakah pelaku usaha memiliki bakat dan minat untuk menjalankan kegiatan usaha yang telah dipilih. Disisi lain faktor eksternal juga penting dalam menjalankan suatu usaha karena faktor eksternal ini datang dari luar diri misalnya lingkungan sekitar apabila pelaku usaha mampu memanfaatkan dan menganalisa lingkungan sekitar dengan cermat maka jalannya suatu usaha tersebut akan menjadi berkembang kedepannya.

Apabila kita melihat peluang bisnis yang ada pada tahun tahun ini memang masih dapat dikatakan bahwa peluang usaha masih sangat terbuka lebar. Pada dasarnya kegiatan usaha yang menguntungkan adalah berdasarkan atas peluang yang besar artinya jika usaha tidak memiliki peluang yang besar maka perkembangan bisnis tersebut akan menjadi lambat bahkan bisa terbilang sia sia. Hal tersebut dapat terjadi karena potensi pasarnya tidak cukup luas. Memiliki potensi pasar yang luas maka dapat menguntungkan suatu usaha dengan memiliki potensi pasar yang luas maka usaha tersebut dapat dipastikan mampu mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Untuk itu apabila pelaku usaha mampu untuk membaca peluang pasar maka hal tersebut akan menjadi pondasi yang kuat bagi usahanya.

Berdasarkan beberapa faktor tersebut salah satu peluang usaha yang berkembang sangat pesat di daerah desa Balung Kabupaten Jember adalah bisnis cafe. Eksistensi cafe di daerah desa Balung menjadi pemandangan atau tujuan khususnya bagi anak anak muda atau kaum milenial. Menurut Marsum (2005) cafe adalah sajian dan penyuguhan suasana santai atau tidak

resmi, selain itu juga merupakan suatu tipe dari restoran yang biasanta menyediakan tempat duduk di dalam dan di luar.

Pada saat ini usaha yang bergerak dalam bentuk cafe berkembang sangat marak di daerah Balung. Hal ini dapat dilihat dari jumlah cafe yang ada di daerah tersebut baik dalam skala kecil ataupun skala besar. Bahkan sering kali dijumpai dalam satu lokasi yang berdekatan terdapat dua atau lebih cafe dengan skala usaha yang sama dan juga dengan daftar menu yang kurang lebih sama. Dengan adanya situasi dan kondisi persaingan yang semakin ketat antar cafe, pemilik usaha tidak harus menjual produknya saja tetapi juga harus mempunyai kemampuan untuk memasarkan usahanya. Pemilik cafe juga harus dapat memahami selera dan perilaku masyarakat yang menjadi konsumen, selain itu mengetahui situasi dan kondisi interlan usahanya. Berikut adalah daftar Cafe yang ada di desa Balung:

Tabel 1.1 Daftar cafe di Desa Balung

No	Nama kedai kopi	Alamat	Asal
1.	Stasiun Café	Jl Ambulu, balung lor	Kecamatan Balung
2.	Paidjo café	Kebonsari, balung lor	Kecamatan Balung
3.	Café Best Friend	Jl, Rambipuji balung lor	Kecamatan Balung
4.	D'Nongkrong	Jl, Pb sudirman balung kulon	Kecamatan Balung
5.	Hastag Café	Kebonsari, Balung lor	Kecamatan Balung
6.	CaféSera	Kebonsari, Balung lor	Kecamatan Balung
7.	My Café	Jl Ambulu, Balung lor	Kecamatan Balung
8.	Café Uno	Kebonsari, Balung lor	Kecamatan Balung

Dari Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa terdapat banyak usaha cafe di desa Balung. Menjamurnya bisnis yang serupa menjadikan adanya persaingan yang sangat kompetitif, karena hampir setiap bulan selalu bermunculan kedai kopi atau café dengan mengusung konsep yang sama. Hal tersebut membuat stasiun café harus mempunyai kiat atau strategi-strategi pemasaran tertentu. Dalam menyusun strategi pemasaran, saat ini sudah didukung dengan adanya teknologi. Teknologi yang terus berkembang tentunya harus bisa dimanfaatkan oleh

para pengusaha untuk di jadikan salah satu strategi untuk lebih mengembangkan usahanya. Perkembangan teknologi ini dapat membantu para pengusaha kedai kopi untuk lebih memajukan dan mengembangkan bisnisnya dengan melakukan promosi dalam jaringan atau lewat Internet, adapun cara lainya dengan cara membuat pada konsumen atau pelanggan merasa nyaman seperti melakukan pelayanan dengan baik memiliki harga yang relatif terjangkau dan juga tempat yang nyaman adapun beberapa faktor tersebut apabila terrealisasikan maka dapat membantu usaha stasiun café menjadi berkembang dan bersaing.

Salah satu usaha Cafe di darah balung yang menarik perhatian saya adalah Stasiun Cafe, merupakan kedai kopi yang didirikan oleh ibu Nana sebagai pemilik usaha sekaligus pengelola. Berdasarkan wawancara kepada kepada pemilik usaha dan pengamatan, usaha ini didirikan tahun 2016 di Jl. Ambulu desa Balung lor kabupaten Jember. Cafe ini buka setiap hari mulai dari pukul 10.00 WIB sampai dengan 23.00 WIB. Setiap minggunya intensitas konsumen yang berkunjung di Stasiun Cafe bisa dibilang sedang atau normal khususnya di hari sabtu intensitanya menjadi cukup ramai. Ada beberapa faktor yang menarik dari stasiun cafe ini, faktor pertama adalah dari segi harga untuk harga yang ada pada stasiun café ini bisa dibilang murah karena pada dasarnya cafe ini bisa dijangkau oleh kalangan menengah kebawah selanjutnya adalah faktor lokasi dimana letak lokasi dari stasiun cafe bisa dibilang mudah dijangkau meskipun lokasinya tidak berdampingan dengan jalan utama atau jalan raya dan yang terakhir adalah faktor pelayanan yang di suguhkan pengelola cafe terhadap pelanggan, pelayanan yang diterapkan pengelolah sangatlah ramah dan juga cepat dalam menyajikan produk. Dari beberapa faktor tersebut maka dapat dikatakan akan memunculkan kepuasan pelanggan Menurut Djaslim Saladin (2003) pengertian kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecea seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesanya terhadap kinerja (hasil) syatu produk dan harapan harapanya. Apabila kepuasan pelanggan dapat direalisasikan maka akan terbentuklah loyalitas pelanggan. Kemudian Menurut Kotler dan Keller (2009) Mendefinisikan kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karea membandingkan kinerja yang di persepsikan produk terhadap ekspektasi mereka.

Dengan permasalahan yang telah uraikan di atas maka penulis tertarik membuat rumusan masalah sebagai berikut:

A. Rumusan masalah

Adapun rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Apakah lokasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan ?
2. Apakah harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan ?

B. Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah di buat oleh penulis maka berikut adalah uraian dari tujuan penelitian:

1. Untuk menjelaskan mengenai pengaruh positif lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Stasiun Cafe Balung.
2. Untuk menjelaskan mengenai pengaruh positif harga terhadap kepuasan pelanggan pada Stasiun Cafe Balung.
3. Untuk menjelaskan mengenai pengaruh positif pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Stasiun Cafe Balung.

C. Kegunaan penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi penulis

Sebagai bahan pembelajaran dan penelitian penulis berupa teori yang dapat di pelajari dan digunakan untuk kedepanya.

b. Bagi tempat usaha

Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan lokasi yang strategis harga yang menarik dan juga pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen agar dapat memuaskan pelanggan.

c. Bagi universitas

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan penelitian karya ilmiah terutama pada ilmu studi pemasaran tentang lokasi harga dan pelayanan.

d. Bagi pihak lain

Diharapkan dapat menjadi referensi atau contoh bagi penulis lainnya khususnya bagi penulis yang tertarik meneliti pada pemasaran tentang lokasi, harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan studi kasus yang berbeda.

