

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan ekonomi nasional di Indonesia sangat ditopang oleh industri kreatif. Pada tahun 2014 pertumbuhan ekonomi Indonesia mencapai 5,02%. Saat ini tren pertumbuhan PDB di subsektor industri kreatif adalah sebesar 2,7% untuk arsitektur; 2,4% untuk desain; 2,6% untuk fesyen; 5,9% untuk film, video dan fotografi; 5,5% untuk kerajinan; 12,5% untuk layanan komputer dan piranti lunak; 0,6% untuk musik; -3,9% untuk pasar dan barang seni; -0,2% untuk penerbitan dan percetakan; 12% untuk periklanan; 14,9% untuk permainan interaktif; 7,2% untuk riset dan pengembangan; 6,6% untuk seni pertunjukan; dan 6% untuk televisi dan radio (Tabloid Diplomasi, 2014, p. 1)

Sisi kreativitas merupakan keunggulan dari industri kreatif guna menciptakan dan menghasilkan berbagai macam bentuk desain kreatif yang sangat melekat pada produk barang atau jasa (Howkins, 2001, p. 116). Dalam perkembangannya dunia ekonomi dan bisnis yang telah mengalami perubahan secara perlahan, yaitu dari paradigma basis sumber daya menjadi paradigma yang berbasis ide dan kreatifitas. Menyadari hal tersebut, pemerintah menyusun beberapa strategi untuk mengembangkan kewirausahaan, yang didalamnya termasuk pengembangan ekonomi kreatif dengan menambahkan kapasitas usaha dan akses pembiayaan untuk para wirausaha, meningkatkan peluang-peluang usaha dan *start-up* dan juga menambah nilai tambah usaha sosial. Sampai saat ini telah terdaftar terdapat sekitar 8,2 juta usaha kreatif di Indonesia dengan didominasi oleh sektor usaha kuliner, fesyen dan kriya (Bisnis.com, 2021, p. 1)



Gambar 1.1 Tiga Subsektor yang Mendominasi Ekonomi Indonesia

(Sumber: Data statistik dan hasil survey ekonomi kreatif 2016)

Salah satu alasan sektor usaha kuliner atau *food & beverage* menjadi sektor yang unggul adalah karena sektor ini telah memanfaatkan teknologi untuk menunjang perkembangan bisnisnya. Ada beberapa faktor eksternal yang membuat bisnis sektor *food & beverage* sangat diapresiasi pelaku bisnis dalam negeri maupun pelaku bisnis asing. Pertama, jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2019 telah mencapai 269 juta jiwa. Kedua, Indonesia merupakan negara berkembang maka karakter penduduknya bersifat *consumer* (suka membelanjakan uang) menjadi satu alasan mengapa bisnis *food & beverage* di Indonesia berpotensi untuk terus naik.

Tren perkembangan industri *food & beverage* juga membuat para pelaku usaha bisnisbidang ini bersaing untuk merancang suatu konsep yang menarik dan mengembangkan usahanya melalui strategi *branding* dan *service* yang mencolok dengan tujuan menunjukkan ciri khas bisnis mereka agar menciptakan keunikan, mengundang daya tarik konsumen serta memenuhi ekspektasi konsumen akan suatu brand. Menurut Thompson *et al.* (2010, p. 3) konsep inti dari strategi perusahaan terdistribusi langkah – langkah kompetitif dan pendekatan bisnis yang diterapkan para manajer untuk menumbuhkan kembangkan bisnis, menarik dan memuaskan customer, sukses dalam bersaing, menjalankan operasi, dan mencapai level performance organisasional yang ditargetkan.

Industri *food & beverage* di Kota Depok sendiri semakin tumbuh pesat, hal ini disebabkan oleh perkembangan jumlah penduduk, daya beli masyarakat yang menunjukkan tren positif, ditambah dengan gaya hidup masyarakat yang senang makan diluar rumah. Pertumbuhan penduduk yang tercatat dalam Portal Resmi Pemerintahan Kota Depok dengan jumlah penduduk di Kota Depok semester II tahun 2016 yang telah dikonsolidasikan dan dibersihkan oleh Kementerian Dalam Negeri mencapai 1.803.708 jiwa, terdiri atas laki-laki 913.359 jiwa (50,63%) dan perempuan 890.349 jiwa (49,36%). Berdasarkan data tersebut maka semakin banyak pula kebutuhan pangan yang harus disediakan, sehingga pertumbuhan restoran di Kota Depok dari tahun ke tahun semakin meningkat.

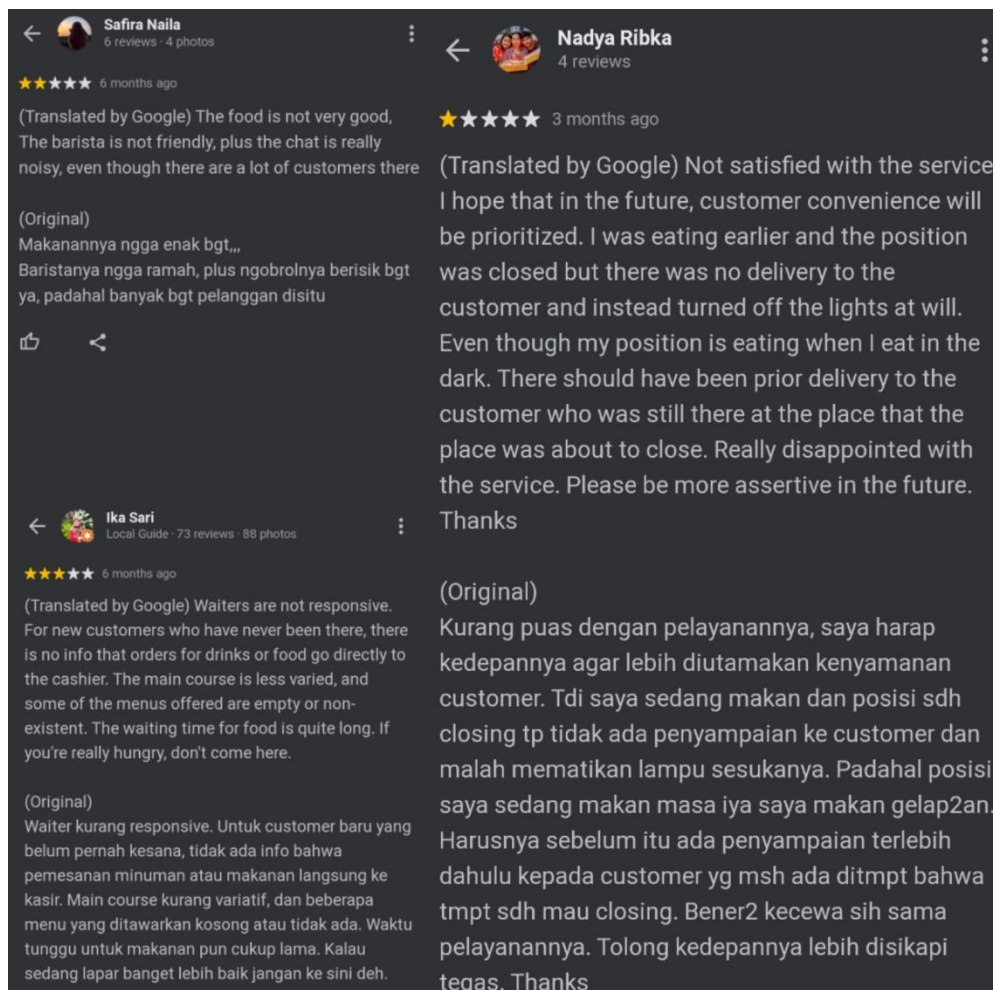
Pancoran Mas merupakan salah satu kecamatan di Kota Depok yang memiliki banyak kafe dengan kisaran harga yang cukup terjangkau. Kawasan ini terletak dekat dari Jalan Margonda Raya yang membuat akses untuk menuju kafe-kafe ini mudah dijangkau oleh kendaraan apapun. Terdapat kafe-kafe terkenal di kawasan ini seperti Emily Listening Space, Louis Cafe, Jacob Koffie Huis, Dadi's Coffee Garden, Cornelis, Artivator, Nako dan de Clan. Kafe-kafe ini memiliki ciri khasnya masing-masing. Mulai dari yang bertema taman, bertema kebarat baratan, memiliki ruang dengar musik, ataupun specialty coffee.



Gambar 1.2 Louis Cafe
(Sumber : Radar Depok,2019)

Louis Cafe merupakan kafe di Depok yang beralamat di Jl. Mawar No.22 Pancoran Mas, Depok yang berdiri sejak 2019, nuansa eropa klasik menjadi ciri khas dari kafe ini. Louis Cafe berdiri dari hasil sebuah pemikiran sekelompok individu yang memang menyukai tempat untuk bersantai dan juga kecintaannya terhadap kopi. Harapannya, Louis Cafe ingin menjadi suatu tempat yang nyaman dan tempat dimana semua orang bisa bersantai sambil menyeruput secangkir kopi ditemani oleh kerabat, teman atau sanak saudara lainnya. Pada awalnya, Louis sendiri sangat idealis dengan konsep *coffee shop*, namun akibat *demand* dari konsumen yang menginginkan adanya menu makanan berat maka Louis perlahan menyediakan beberapa jenis menu makanan dan minuman yang kini menjadi banyak variannya dan beralih menjadi konsep kafe. Meski pun Louis Cafe bernuansa eropa, namun pada produk makanannya Louis Cafe memilih untuk menghadirkan beberapa variasi makanan Indonesia seperti Nasi Goreng Kampung, Nasi Goreng Ikan Teri, Ayam Goreng Serundeng, Pisang Goreng, Nasi Bakar dan Karaage Rice Bowl dengan varian rasa sambal khas Indonesia seperti saus Rendang, Sambal Matah, Balado dan Bumbu Bali.





Gambar 1.3 Google Review Louis Cafe
(Sumber : Google.com)

Pada Gambar 1.3 menunjukkan bahwa adanya komplain melalui *Google Review* menurut pengalaman konsumen setelah berkunjung ke Louis Cafe. Buruknya pelayanan meliputi lamanya pesanan yang datang, rasa makan dan minuman yang buruk, barista yang membuat konsumen merasa tidak nyaman, pelayanan kasir yang buruk, dan kurangnya komunikasi antara pelayan dan konsumen. Berikut ini merupakan hasil dari *Google review* dan *interview* bersama beberapa konsumen yang peneliti lakukan.

Tabel 1.1 Review Konsumen Louis Cafe

No.	Sumber	Nama	Komentar
1	Google Review, 3 bulan lalu	Nadya	Kurang puas dengan pelayanannya, saya harap kedepannya agar lebih diutamakan kenyamanan <i>customer</i> . Tadi saya sedang makan dan posisi sudah <i>closing</i> tapi tidak ada penyampaian ke <i>customer</i> dan malah mematikan lampu sesukanya. Seharusnya sebelum mematikan lampu ada penyampaian terlebih dahulu ke <i>customer</i> yang masih ditempat. Benar-benar kecewa dengan pelayanannya.
2	Google Review, 6 bulan lalu	Ika Sari	<i>Waiter</i> kurang responsif. Untuk <i>customer</i> baru yang belum pernah kesana, tidak ada info bahwa pemesanan minuman atau makanan langsung ke kasir. <i>Main course</i> kurang variatif dan beberapa menu yang ditawarkan kosong. Waktu tunggu untuk makanan pun cukup lama. Kalau sedang lapar banget lebih baik jangan kesini.
3	Google Review, 6 bulan lalu	Savira	Makanannya sangat tidak enak. Barista tidak ramah dan sangat berisik padahal sedang banyak pelanggan disana.
4	Review wawancara	Marissa	Kasirnya kurang ramah dan <i>ga</i> serius saat melayani pelanggan pas <i>gue</i> mau duduk masih banyak sampah, piring gelas dan kotor di meja. Dan tempatnyamenurut <i>gue</i> terlalu <i>rame</i> jadi kurang nyaman untuk berlama lama disini.
5	Review wawancara	Aura	Minuman yang <i>gue</i> pesen <i>ga dateng dateng</i> padahal makanan <i>gue</i> sudah <i>abis</i> .
6	Review wawancara	Klara	Staf yang ada di bar dan kasir terlalu berisik jadi waktu saya mau order cukup bikin <i>ga</i> nyaman.

(Sumber: Olahan Peneliti, 2022)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menjelaskan bahwa terjadi banyak komplain terhadap pelayanan yang diberikan oleh para staf yang dinilai buruk. Hal ini menjadikan indikasi bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan

Kepuasan Konsumen belum bisa menempatkan Louis Cafe sebagai kafe dengan kualitas pelayanan yang baik meskipun Louis Cafe sudah berdiri sejak 2019. Berikut ini adalah SOP (*Standard Operating Procedure*) yang Louis Cafe terapkan untuk melayani konsumennya:

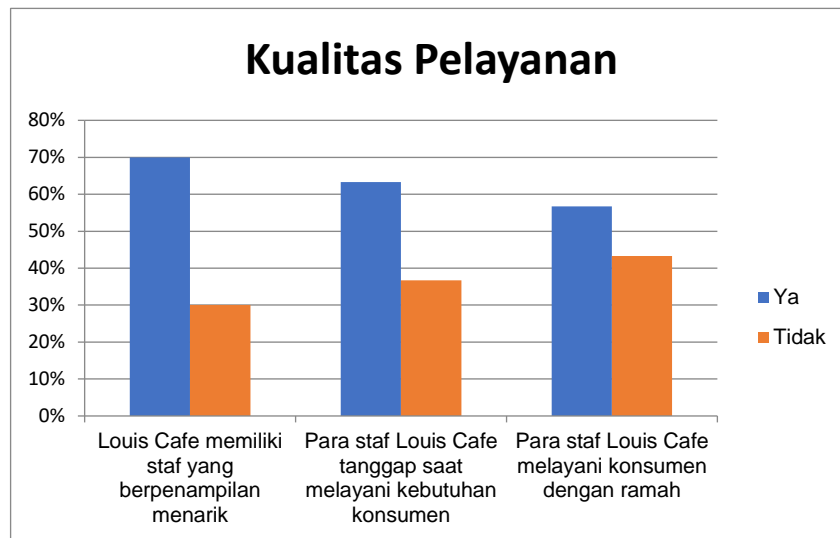
Tabel 1.2 SOP (*Standard Operating Procedure*) Louis Cafe

No.	Divisi	SOP
1.	Waiter/Waitress	Mengelap seluruh meja.
		Memastikan semua tempat sampah di area <i>outdoor</i> bersih.
		Menyiapkan asbak di setiap meja.
2.	Kasir	Memberikan senyum yang <i>genuine</i> dan menanyakan kabar tamu.
		Menanyakan apa yang ingin tamu pesan dan memberikan referensi menu yang ada.
		Memberikan referensi kepada tamu sesuai dengan referensi yang ada.
		Memberikan senyum dan mengucapkan terimakasih kepada pengunjung karena sudah datang dan memesan di Louis.
3.	Kitchen	Menyiapkan <i>food preparation</i> .
		Memilih bahan makanan yang layak.
		Membuat produk sesuai dengan resep yang sudah ditetapkan.
		Membuat produk sesuai dengan standar plating yang sudah ditetapkan.

(Sumber: Olahan Peneliti,2022)

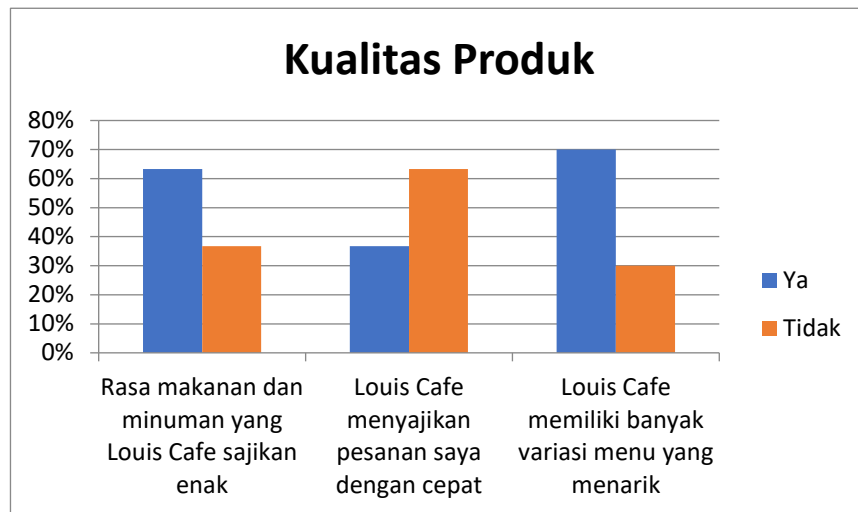
Dari SOP yang telah dirancang dan dijalankan oleh Louis Cafe penulis maka melakukan pra survei, berikut ini merupakan data hasil pra survei menggunakan media

Google Forms dengan jumlah responden sebanyak 30 responden untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen Louis Cafe Depok meliputi kualitas pelayanan dan kualitas produk:



Gambar 1.4 Hasil Pra Survei Kualitas Pelayanan Louis Cafe
(Sumber : Olahan Peneliti, 2022)

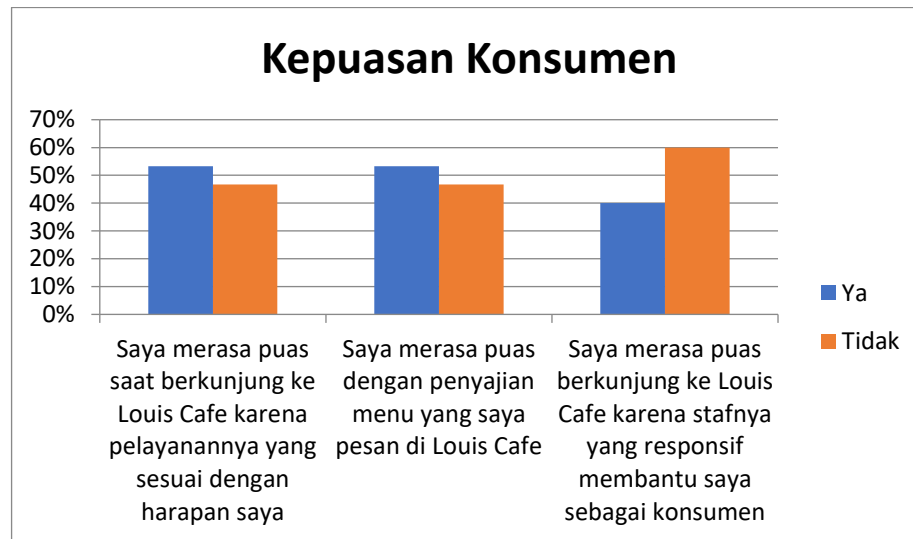
Dari gambar 1.4 dapat dijelaskan bahwa sebanyak 70% responden menyatakan bahwa Louis Cafe memiliki staf yang berpenampilan rapi dan menarik, sedangkan 30% responden lainnya menganggap penampilan staf Louis Cafe tidak rapi ataupun menarik. Sebanyak 63,3% responden menyatakan para staf Louis Cafe sangat tanggap saat melayani kebutuhan konsumen, sedangkan 36,7% responden merasa para staf tidak tanggap saat melayani kebutuhan konsumen. Sebanyak 56,7% responden menganggap para staf Louis Cafe melayani konsumen dengan ramah, sedangkan 43,3% lainnya merasa para staf Louis Cafe tidak dalam melayani konsumen.



Gambar 1.5 Hasil Pra Survei Kualitas Produk

(Sumber : Olahan Peneliti, 2022)

Dari gambar 1.5 dapat dijelaskan bahwa sebanyak 63,3% responden menyatakan bahwa rasa makanan dan minuman yang Louis Cafe sajikan enak, sedangkan 36,7% lainnya menyatakan rasa makanan dan minuman yang Louis Cafe sajikan tidak enak. Sebanyak 36,7% responden merasa Louis Cafe menyajikan pesannya mereka dengan cepat, sedangkan 63,3% responden merasa Louis Cafe lambat dalam menyajikan pesanan mereka. Sebanyak 70% responden menyatakan Louis Cafe memiliki banyak variasi makanan dan minuman yang menarik dan enak, sedangkan 30% responden lainnya menyatakan Louis Cafe tidak memiliki banyak variasi makanan dan minuman yang menarik dan enak.



*Gambar 1.6 Hasil Pra Survei Kepuasan Konsumen
(Sumber : Olahan Peneliti, 2022)*

Dari gambar 1.6 dapat dijelaskan bahwa sebanyak 53,3% responden merasa puas saat berkunjung ke Louis Cafe karena pelayanannya yang sesuai dengan harapan, sedangkan sebanyak 46,7 responden merasa tidak puas saat berkunjung ke Louis Cafe karena pelayanannya tidak sesuai dengan harapan. Sebanyak 53,3% responden merasa puas dengan penyajian dan rasa makanan dan minuman yang mereka pesan di Louis Cafe, sedangkan 46,7% lainnya merasa tidak puas dengan penyajian dan rasa makanan dan minuman yang mereka pesan di Louis Cafe. Sebanyak 40% responden merasa puas berkunjung ke Louis Cafe karena stafnya yang responsif sangat membantu mereka sebagai konsumen, sedangkan 60% responden merasa tidak puas berkunjung ke Louis Cafe karena stafnya tidak responsif sangat tidak membantu mereka sebagai konsumen.

Menurut Tjiptono (2012, p. 152) arti dari kualitas merupakan kondisi dinamis yang memiliki hubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang sesuai ataupun melebihi harapan. Dari definisi ini kualitas memiliki arti hubungan diantara produk dan pelayanan atau jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen sehingga konsumen dapat merasa puas karena sesuai dengan harapannya. Hardiyansyah (2011, p. 40) berpendapat

bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang hubungannya berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang diberikan oleh pemberi pelayanan dan kemudian diberi penilaian akan kualitasnya. Yang artinya, penilaian kualitas pelayanan dinilai pada saat pemberian suatu pelayanan terjadi. Dalam hal ini suatu perusahaan harus semaksimal mungkin memberikan yang terbaik kepada konsumen hal ini bertujuan untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen pada saat menikmati suatu produk atau jasa yang perusahaan jual. Menurut Kotler dan Amstrong (2015, p. 224) kualitas produk adalah nilai yang dimiliki oleh suatu produk yang mampu memberikan kepuasan kepada konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang ditunjukkan pada sifat-sifat yang ada didalam suatu barang. Menurut Sopiah (2013, p. 14) kepuasan konsumen merupakan suatu keadaan yang membuat konsumen merasa puas karena produk yang mereka dapatkan sesuai dengan harapannya. Jika produk tersebut tidak sesuai dengan harapan, konsumen akan kecewa dan tidak puas. Sebaliknya, jika produk tersebut memenuhi harapan, konsumen akan puas.

Peneliti melakukan penelitian literatur untuk mencari faktor-faktor dari variabel- variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Kristanto (2018) dari Universitas Kristen Petra dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe One Eight Coffee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan Cafe One Eight Coffee dan variabel kualitas produk berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan Cafe One Eight Coffee. Widodo (2021) dengan penelitian berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Molivia Cafe. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Molivia Cafe dan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Molivia Cafe. Rachmat (2021) dalam penelitian berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen kafe Family Kopi Malang. Hasil Penelitian

menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di kafe Family Kopi Malang dan variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen. Apriani (2019) dari STIE La Tansa Mashiro dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Deumdee Rangkasbitung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Deumdee Rangkasbitung. Syarif (2020) dari Universitas Bina Darma dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen Cafe Kalabu. Lily (2021) dengan penelitian berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe 3 AM Koffie Spot Manado. Berdasarkan uraian latar belakang diatas dan belum adanya penelitian sebelumnya dengan objek Louis Cafe Depok, maka peneliti ingin mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Louis Cafe Depok. Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Louis Cafe Depok”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang agar lebih fokus pada pokok pembahasan maka peneliti merumuskan masalah-masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Louis Cafe Depok?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Louis Cafe Depok?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan

berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Louis Cafe Depok?

1.3 Batasan Masalah

Dari permasalahan yang sudah dijabarkan, untuk mempermudah peneliti dalam meneliti faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam mengunjungi kafe, maka batasan masalah yang dapat penulis uraikan adalah sebagai berikut :

1. Peneliti hanya membahas tentang aspek kualitas pelayanan dan kualitas produk yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen Louis Cafe Depok
2. Responden dalam penelitian ini adalah orang-orang yang sedang mengunjungi Louis Cafe Depok
3. Ruang lingkup penelitian di Depok, Jawa Barat
4. Waktu penelitian Februari 2022 sampai dengan Mei 2022.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Louis Cafe
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Louis Cafe
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik dari bidang akademis maupun praktis :

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memberikan informasi untuk referensi bagi yang berkepentingan utama di bidang kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

- a. Manfaat untuk pihak perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat membantu memberi informasi tentang analisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan untuk menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan untuk kedepannya.
- b. Selain memberikan informasi terkait dengan hasil analisis, peneliti juga memberikan saran manajerial yang berguna bagi perusahaan.
- c. Manfaat untuk penulis, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan konkrit apabila penulis berkecimpung di bidang *branding* suatu perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memperjelas gambaran penelitian yang dilakukan maka sistematika penulisan disusun seperti berikut :

Untuk memperjelas gambaran penelitian yang dilakukan maka sistematika penulisan disusun seperti berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai Latar Belakang, Perumusan masalah dan batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian: manfaat akademik dan manfaat praktis, dan sistematika penulisan yang sesuai dengan judul penelitian ini yaitu: *“Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Louis Cafe Depok”*

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai teori-teori Tinjauan Pustaka yang berkaitan dengan topik penelitian seperti kajian-kajian variabel yang penulis teliti dan teori penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini merupakan penjabaran lebih rinci mengenai metode penelitian

secara garis besar yang telah disinggung pada bab Pendahuluan. Didalamnya bab ini membahas tentang metode penelitian, alur penelitian kualitatif, validasi penelitian, teknik dan prosedur pengumpulan data.

BAB IV ANALISIS PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang hasil-hasil studi literatur, observasi dokumentasi lapangan, wawancara, analisis konten, dan triangulasi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang simpulan, implikasi manajerial, keterbatasan hasil penelitian, dan saran peneliti selanjutnya.



KALBIS Institute

Transforming • Hearts and Minds

