

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Banyaknya permintaan akan kopi menimbulkan minat para pengusaha untuk membuka usaha kedai kopi atau *coffee shop*, karena mengkonsumsi minuman seperti kopi sudah menjadi salah satu kebutuhan atau gaya hidup (*life style*) masyarakat saat ini. Hal ini telah menjadi pemandangan yang lumrah, terutama dikalangan banyak orang baik dari kaum pekerja, mahasiswa, maupun orang tua.

Konsumsi kopi diperkirakan akan meningkat di masa depan karena faktor budaya, kondisi perekonomian, perubahan selera minuman dan perubahan gaya hidup. Zaman dan tradisi telah berubah, generasi muda mulai menikmati kopi sebagai kebutuhan primer. Fenomena ini terlihat dari tumbuhnya kedai kopi modern di berbagai tempat seperti pusat perbelanjaan, kampus universitas, dan tempat hiburan dengan fasilitas internet, musik, dan audio-visual yang menarik pengunjung.

Seiring dengan perkembangan zaman, kemajuan teknologi informasi, dan asimilasi budaya barat dengan lokal, membuat berkonsep kafe mulai menjamur di Grand Wisata, Bekasi. Bahkan, ada beberapa yang berkonsep terpusat hingga menggunakan sistem waralaba/*franchise*. Banyak kafe dengan berbagai macam produk dan konsep interior maupun eksterior ditawarkan untuk memikat para calon konsumen baik dari kalangan muda maupun kalangan tua. Bahkan mulai dari segi ekonomi yang sedang maupun yang kaya. Kafe yang sudah lama berdiri maupun yang baru berdiri mereka berusaha untuk mengenalkan atau menawarkan menu-menu baru dengan suasana dan pelayanan yang baik, agar dapat diterima dengan baik oleh pembeli atau konsumen. Kondisi tersebut menimbulkan banyaknya alternatif-alternatif yang diberikan antar kafe yang semakin bersaing ketat untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya, agar lebih sering datang mengunjungi serta menikmati apa yang telah ditawarkan.

Persaingan yang pesat ini memaksa para pebisnis untuk memaksimalkan pelayanan di kafanya dengan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen agar tetap mampu bersaing di pasar. Hal itu dikarenakan banyaknya kafe-kafe lokal maupun mancanegara yang bermunculan di Indonesia, khususnya di tempat-tempat yang strategis untuk berkembangnya kedai kopi.

Grand Wisata merupakan daerah yang telah tumbuh dan berkembang, begitu juga dengan bisnis waralaba kafe atau resto yang sudah memiliki kepercayaan dan mutu yang menjadi pusat pengembangan ekonomi perdagangan. Bisnis kafe di Grand Wisata memiliki peluang yang cukup besar, oleh karena itu hal ini berdampak semakin banyaknya bisnis dengan konsep yang hampir sama bermunculan.

Kafe atau restoran merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut suatu usaha yang menyajikan berbagai macam jenis hidangan mewah kepada konsumennya dan juga menyediakan tempat agar dapat menikmati hidangan menu makanan dan minuman serta pelayanannya. Kafe atau restoran kini tidak hanya sebagai tempat makan atau beristirahat, tetapi juga sudah menjadi trend bagi masyarakat terutama dikalangan anak muda / remaja yang menjadikan kafe atau restoran sebagai tempat berkumpul.

Agar tetap kompetitif dan terus berkembang, kafe perlu menyajikan makanan yang lezat, tidak hanya itu kafe juga harus menciptakan suasana yang menyenangkan dan meningkatkan pelayanan agar tidak kehilangan konsumen dan dapat bertahan dalam persaingan.

Tabel 1.1 Daftar Kafe yang Banyak Diminati Di Grand Wisata

NO	Nama Kafe	Alamat
1.	Warkop Naik Kelas Grand Wisata	Ruko Westfield Jl. Grand Wisata No.15, Lambangsari, Kec. Mustika Jaya, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17510
2.	Kopi Soe	Ruko New Westfield, Jl Grand Wisata, Western Boulevard, Mustika Jaya, Bekasi Jawa Barat 17510
3.	Tentang Kopi Grand Wisata	Ruko Westfield, Jl. Western Boulevard Blok ER 5 No.31, RT.006/RW.012, Mustika Jaya, Kec. Mustika Jaya, Kota Bks, Jawa Barat
4.	Juu Kyuu Coffee	Jl. Western buolevard ruko westfield blok ER 5 no 23, grandwisata, RT.002/RW.010, Mustika Jaya, Kec. Mustika Jaya, Kota Bks, Jawa Barat 17158
5.	Stuja Coffee Grand Wisata	Festive Garden, Jl. Grand Wisata No.68, Lambangsari, Tambun Selatan, Bekasi Regency, West Java 17510
6.	Kopi Kawa Grand Wisata	Ruko Rivertown Boulevard BA2, Jl. Grand Wisata No.1 11 Lantai, Bekasi Regency, West Java 17510
7.	Tutur Kata Coffee & Tea	Celebration Plaza Boulevard Ruko AA-9 No.37, Perum, Jl. Grand Wisata, Lambangjaya, Kec. Tambun Sel., Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17510

Sumber : Penulis (2024)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa Grand Wisata saat ini sudah memiliki banyak kafe atau restoran yang berkembang dan banyak dimintai oleh masyarakat terutama dikalangan anak muda dan para pekerja. Jika dilihat dari ke-7 kafe tersebut berdekatan satu sama lain dengan memberikan suasana dan kualitas pelayanan yang berbeda-beda, yang berarti terjadi persaingan yang ketat dalam menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu, setiap kafe harus bersaing menciptakan kualitas pelayanan dan suasana baru yang sesuai dengan perkembangan saat ini untuk menarik daya minat pembeli dan juga untuk memperoleh pangsa pasar dengan memberikan suasana yang nyaman dan kualitas pelayanan yang berbeda dari kafe lainnya.

Dengan adanya kafe-kafe yang ada di Grand Wisata sudah menjadi pemandangan sehari-hari yang banyak diminati. Salah satu kafe yang terkenal yaitu Warkop Naik Kelas Grand Wisata, yang terletak di Ruko Westfield Jl. Grand Wisata No.15, Lambangsari, Kec. Mustika Jaya, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17510.

Warkop Naik Kelas Grand Wisata merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang kafe atau restoran, dari waktu ke waktu Warkop Naik Kelas Grand Wisata terus berbenah diri untuk menghadapi banyaknya pesaing yang bermunculan saat ini. Beberapa usaha yang telah dilakukan Warkop Naik Kelas Grand Wisata ini yaitu dengan menyajikan hidangan makanan dan minuman dengan cita rasa yang enak sehingga membuat pelanggan mau kembali lagi. Tidak hanya dengan cita rasa makanan dan minuman saja agar konsumen merasa puas, tetapi juga dengan menciptakan suasana yang nyaman dan memberikan kualitas pelayanan yang baik untuk membuat konsumen merasa puas ketika berada di Warkop Naik Kelas Grand Wisata. Warkop Naik Kelas Grand Wisata juga termasuk dalam satu tempat yang sering dikunjungi para orang-orang yang suka Explore makanan.



Gambar 1.1 Data Pengunjung Warkop Naik Kelas Grand Wisata

Sumber : Warkop Naik Kelas Grand Wisata, 2024

Dari data diatas dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan dan penurunan jumlah pengunjung yang datang ke Warkop Naik Kelas Grand Wisata. Hal ini terjadi karena banyaknya pesaing yang bermunculan dengan suasana dan pelayanan yang berbeda-beda sehingga membuat masyarakat penasaran dan ingin mencoba mengunjungi tempat tersebut. Hal tersebut mengakibatkan menurunnya pelanggan di Warkop Naik Kelas Grand Wisata.

Warkop Naik Kelas Grand Wisata juga sudah melakukan beberapa strategi dengan tujuan untuk merebut kembali konsumen. Namun demikian hasilnya masih belum terlalu banyak dirasakan, dimana pengunjung yang datang masih belum menunjukkan peningkatan yang diharapkan oleh manajemen Warkop Naik Kelas Grand Wisata. Oleh karena itu Warkop Naik Kelas Grand Wisata perlu meningkatkan kekuatan yang ada dalam usahanya dengan cara memunculkan perbedaan yang dapat menarik perhatian calon konsumen Warkop Naik Kelas Grand Wisata.



Gambar 1.2 Suasana Yang Disajikan Oleh Warkop Naik Kelas Grand Wisata

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Pada gambar 1.2 Warkop Naik Kelas Grand Wisata ini menciptakan suasana yang nyaman, senang dan puas. Dapat dilihat Warkop Naik Kelas Grand Wisata memberikan dekorasi yang simple dan minimalis melalui pencahayaan yang cukup, meja dan kursi yang nyaman, aroma ruangan yang baik, suhu ruangan yang pas serta dekorasi yang ditata dengan rapih sehingga para konsumen yang datang merasa senang dan nyaman. Selain itu, Warkop Naik Kelas Grand Wisata juga dilengkapi musik untuk membuat suasana semakin menyenangkan bagi para konsumen. Untuk membuat konsumen merasa puas bukan hanya suasana yang bagus dan nyaman tetapi kualitas pelayanan juga turut mendukung agar konsumen merasa puas.

Selain itu Warkop Naik Kelas Grand Wisata juga memberikan pelayanan yang baik dengan menyambut konsumen dengan ramah dan sopan, mengantar pesanan sampai ke meja konsumen, menyajikan pesanan dengan cepat, memberikan fasilitas yang baik, menyediakan pembayaran menggunakan QRIS (*quick response code indonesian standard*), kartu debit dan dompet digital lainnya sehingga konsumen yang datang merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh Warkop Naik Kelas Grand Wisata. Pelayanan yang berkualitas termasuk jenis pelayanan yang memuaskan dan memenuhi harapan konsumen. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi sangat penting karena berpengaruh langsung terhadap citra Warkop Naik Kelas Grand Wisata. Selain itu Warkop Naik Kelas Grand Wisata juga termasuk salah satu kafe yang sering dikunjungi oleh orang-orang yang suka explore makanan.

Dengan meningkatkan suasana dan kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sehingga konsumen merasa senang dan merasa dihargai. Dengan begitu konsumen akan dengan senang hati untuk kembali lagi.

Dari uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh mengenai suasana dan kualitas pelayan pada konsumen, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Suasana dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Warkop Naik Kelas Grand Wisata.**

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

1. Masih adanya konsumen yang mengasih ulasan dengan bintang tiga mengenai suasana yang ada pada Warkop Naik Kelas Grand Wisata.
2. Masih adanya komplain yang dilakukan oleh konsumen yang berhubungan dengan kualitas pelayanan di Warkop Naik Kelas Grand Wisata.
3. Masih adanya konsumen yang mengeluh dikarenakan tingkat kepuasan konsumen yang didapatnya masih kurang.
4. Kurangnya menyediakan hiburan seperti *live music*.
5. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh Warkop Naik Kelas dalam bersosial media.
6. Menu makanan Warkop Naik Kelas Grand Wisata yang kurang bervariasi.
7. Kurangnya menyediakan *board game* seperti Uno Stacko, Ular Tangga, Monopoly, Fold-it dan masih banyak lainnya.

1.3 Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada di Warkop Naik Kelas Grand Wisata menunjukkan bahwa penelitian yang ada cukup banyak. Guna mencegah mengembangkannya penelitian maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Tujuannya pemecah masalahnya lebih terarah, oleh karena itu penulis membatasi penelitian ini hanya pada pengaruh suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah secara simultan suasana dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Warkop Naik Kelas Grand Wisata?
2. Apakah secara parsial suasana berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Warkop Naik Kelas Grand Wisata?
3. Apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Warkop Naik Kelas Grand Wisata?

1.5 Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah di atas maka penelitian ini mempunyai tujuan, yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah secara simultan suasana dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Warkop Naik Kelas Grand Wisata?
2. Untuk mengetahui apakah secara parsial suasana berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Warkop Naik Kelas Grand Wisata?
3. Untuk mengetahui apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen?

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai informasi tambahan yang bisa dijadikan pertimbangan sehingga bisa dipakai untuk menetapkan kebijakan di waktu mendatang.
2. Dapat digunakan sebagai masukan oleh para pelaku bisnis khususnya yang berhubungan dengan kafe atau restoran.
3. Dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis khususnya di bidang pemasaran.

1.7 Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.