

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan jumlah usaha kuliner dalam beberapa tahun terakhir semakin meningkat seiring dengan berkembangnya gaya hidup masyarakat, pola pekerjaan, serta peningkatan penghasilan masyarakat di Indonesia. Salah satu bentuk usaha dalam bidang kuliner yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat adalah bisnis kafe. (Winda Jaya et al., 2021) Dengan maraknya usaha dalam bidang kuliner, mengakibatkan adanya persaingan yang semakin ketat. Salah satu cara yang dapat dilakukan guna mengatasi persaingan yang semakin ketat pengusaha harus memiliki kemampuan yang baik dalam mengelolah serta mengambil keputusan agar usaha yang berjalan dapat berkembang dengan baik.

Mengelolah sebuah usaha merupakan salah satu elemen yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan mengaju pada tindakan yang disajikan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat abstrak dan berkontribusi pada pemilikan suatu hal. Dalam situasi ini, konsumen cenderung memprioritaskan perusahaan yang mampu memberikan kualitas pelayanan yang superior. Kepuasan pelanggan memiliki peran yang krusial bagi kelangsungan operasional perusahaan. Sejumlah pelanggan bahkan mengambil kualitas pelayanan sebagai faktor penilaian sebelum mereka melakukan pembelian. (Cesariana et al., 2022)

Usaha mikro, kecil, dan menengah memegang peran yang sangat signifikan dalam proses pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, bukan hanya di

negara-negara berkembang seperti Indonesia, melainkan juga di negara-negara maju. Di Indonesia, peran UMKM tidak hanya berdampak pada pertumbuhan pembangunan dan ekonomi, tetapi juga memiliki peranan yang krusial dalam mengatasi isu pengangguran. Pertumbuhan usaha mikro mengubahnya menjadi sumber utama peluang kerja dan pemasukan. (Arianty Akob et al., 2022) Pentingnya UMKM dalam perekonomian adalah karena mereka berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, pengurangan kemiskinan, dan diversifikasi ekonomi. Banyak negara dan pemerintah mengadopsi kebijakan dan program dukungan khusus untuk memajukan sektor UMKM guna mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif. UMKM memiliki beberapa ciri khas, yaitu :

1. Skala Kecil: UMKM biasanya memiliki skala operasi yang lebih kecil daripada perusahaan besar. Ini bisa mencakup jumlah karyawan, omset, atau aset yang lebih rendah.
2. Kepemilikan Independen: UMKM umumnya dimiliki dan dijalankan oleh individu atau keluarga, bukan oleh perusahaan besar atau korporasi.
3. Keterlibatan Lokal: Banyak UMKM beroperasi secara lokal, melayani kebutuhan komunitas setempat. Mereka dapat memiliki dampak yang signifikan pada pertumbuhan ekonomi lokal.
4. Keterbatasan Sumber Daya: UMKM sering kali menghadapi keterbatasan sumber daya finansial, teknologi, dan manusia, yang mempengaruhi kapasitas mereka untuk berkembang.
5. Inovasi dan Kreativitas: Meskipun memiliki keterbatasan sumber daya, UMKM sering kali dapat menjadi sumber inovasi dan kreativitas dalam produk, layanan, atau proses bisnis.

6. Pemberdayaan Ekonomi: UMKM dapat memberikan peluang ekonomi kepada individu yang ingin menjadi wirausaha, serta memberikan pekerjaan kepada masyarakat lokal.
7. Keragaman Sektor: UMKM dapat beroperasi dalam berbagai sektor, termasuk perdagangan, manufaktur, pertanian, jasa, dan lain-lain.

Menurut (Rambe, 2022) dalam Pemasaran merupakan salah satu kegiatan krusial yang harus dilakukan oleh perusahaan, baik yang bergerak dalam bidang barang maupun jasa, guna memastikan berlangsungnya operasi bisnis mereka. Ini disebabkan oleh fakta bahwa pemasaran adalah salah satu aktivitas yang erat kaitannya dengan interaksi perusahaan dengan konsumen. Dengan demikian, pemasaran dapat disimpulkan sebagai proses manusia yang terkait dengan pasar. Konsep-konsep inti pemasaran meliputi: kebutuhan, keinginan, permintaan, produksi, utilitas, nilai dan kepuasan. Konsep pemasaran itu sendiri dapat dibedakan di antara kebutuhan, hasrat, dan tuntutan. Kebutuhan mengacu pada situasi dimana ada kekurangan akan pemenuhan dasar tertentu. Hasrat merupakan dorongan kuat untuk memperoleh pemenuhan kebutuhan yang lebih spesifik. Tuntutan, di sisi lain, mencakup keinginan akan produk tertentu yang didukung oleh kapasitas dan kesediaan untuk melakukan pembelian.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi untuk semakin menarik lebih banyak konsumen, untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada, menghindari berkurangnya konsumen serta menciptakan berbagai kelebihan khusus dibanding usaha yang lain. Selain kualitas pelayanan, juga terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti harga yang terjangkau serta pemilihan lokasi yang strategis. Kepuasan pelanggan

menciptakan tingkatan dimana keinginan serta kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi sehingga mengakibatkan terjadinya pembelian ulang serta kesetiaan yang berlanjut. Terlebih lagi, sebuah perusahaan yang menyajikan layanan berkualitas tinggi akan mendorong konsumen untuk mengembangkan loyalitas terhadap perusahaan tersebut, dan hal ini akan menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. (Cesariana et al., 2022)

Harga adalah satu – satunya elemen dalam strategi pemasaran yang menghasilkan pemasukan dan pendapatan bagi pengusaha. Selain itu, harga juga merupakan bagian dari strategi pemasaran yang dapat dengan mudah disesuaikan, memungkinkan perubahan yang cepat dilakukan. (Ayu et al., 2020) Harga juga merupakan salah satu elemen yang memiliki pengaruh signifikan dalam proses penjualan. Ketika menentukan harga, perlu mempertimbangkan segmen pasar konsumen yang menjadi target, sehingga produk dapat dijangkau oleh konsumen. Dari perspektif konsumen, harga menjadi salah satu titik acuan dan pertimbangan utama dalam mengambil keputusan pembelian. Selain itu, cara konsumen melihat harga suatu produk juga turut membentuk persepsi mereka terhadap produk tersebut. (Riztando Avi, 2019)

Efisiensi kinerja suatu usaha juga sangat bergantung pada lokasi dimana usaha tersebut beroperasi. Faktor-faktor lokasi ini mencakup aspek seperti fasilitas infrastruktur yang tersedia, kedekatan dengan pangsa pasar, akses dekat ke sumber bahan baku, ketersediaan tenaga kerja terampil, serta elemen-elemen lainnya. (Sugara et al., 2019) Secara ideal, penyedia layanan sebaiknya berlokasi strategis di tempat yang disukai oleh produsen dan konsumen sebagai tempat usahanya. Menurut Izzuddin (Izzuddin & Muhsin, 2020) salah satu dari tiga kunci

sukses dalam bisnis adalah lokasi. Oleh karena itu, bisa dinyatakan bahwa lokasi memiliki peran penting dalam menjaga kelangsungan usaha jasa di masa mendatang. Keberadaan lokasi bagi penyedia jasa juga memiliki pengaruh signifikan terhadap konsumen. Salah satu faktor yang menjadikan lokasi penyedia jasa penting bagi pelanggan adalah kedekatan penyedia jasa dengan tempat tinggal atau tempat kerja pelanggan. Dalam menentukan lokasi yang terletak di tengah kota, ramai, dan dapat dijangkau dengan mudah oleh calon konsumen adalah suatu taktik yang perlu dipertimbangkan oleh pengusaha. Secara umum, individu cenderung memilih restoran yang terletak dekat dengan aktivitas atau kegiatan yang mereka lakukan. (Riztando Avi, 2019)

Menurut (Hadi, 2021), Kepuasan pelanggan adalah emosi positif atau negatif yang dirasakan oleh pelanggan terhadap layanan atau hasil yang diterima, sebanding dengan harapan yang dimiliki. Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai tanggapan emosional individu yang mencakup berbagai elemen, seperti harapan terhadap produk, pengalaman penggunaan, dan sebagainya. Respons ini bisa muncul dalam berbagai situasi, seperti setelah produk digunakan, dalam pengalaman kumulatif, atau setelah pemilihan produk atau layanan tertentu. Kepuasan pelanggan selalu berasal dari usaha untuk mengurangi atau mengatasi kesenjangan antara harapan dan realisasi. (Sasongko, 2021) Menurut (Cesariana et al., 2022) Kepuasan pelanggan memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian; oleh karena itu, perusahaan berupaya menciptakan produk dan layanan berkualitas yang memenuhi harapan konsumen. Hal ini bertujuan agar konsumen merasa puas dengan pengalaman mereka dan akhirnya memilih untuk melakukan pembelian.

Menurut (Pramudita et al., 2022) Loyalitas pelanggan, seperti yang sudah diketahui, adalah tujuan utama dari suatu usaha, di mana upaya dilakukan untuk memastikan bahwa pelanggan merasa puas. Menciptakan kepuasan pelanggan memiliki sejumlah manfaat, termasuk mengikat hubungan yang erat antara perusahaan dan pelanggan, menciptakan dasar yang kuat untuk mengurangi keraguan dan membangun tingkat kesetiaan yang tinggi dari pelanggan, serta mendorong rekomendasi positif secara lisan (word of mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan. Loyalitas pelanggan mencerminkan komitmen pelanggan terhadap merek dan produk tertentu, serta mencerminkan pandangan yang sangat positif terhadap pembelian jangka panjang. Dalam interpretasi yang lebih luas, hal ini dapat diartikan bahwa keterikatan terhadap merek timbul dari kombinasi antara kepuasan dan kepercayaan. Kepuasan pelanggan, pada gilirannya, merupakan hasil dari berbagai upaya perusahaan untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan, dengan mengurangi jumlah keluhan dan masalah yang dihadapi oleh pelanggan. Hasil dari ini adalah pelanggan yang cenderung melakukan pembelian jangka panjang.

Kedai Garasi merupakan salah satu Kafe yang sangat diminati oleh masyarakat khususnya anak-anak muda, yang berlokasi di desa Waleure Langowan Timur, Minahasa, Sulawesi Utara. Kedai Garasi pada saat ini menjadi pilihan utama para anak muda untuk nongkrong terutama pada malam hari dikarenakan harganya yang cukup ramah di kantong dengan pilihan menu yang begitu banyak. Dikarenakan target pasar Kedai Garasi adalah anak-anak muda maka tidak heran jika Kedai Garasi sering kali diminati dengan anak-anak muda yang duduk santai dengan teman-teman mereka, dan juga selain berbagai macam

menu yang disiapkan memilih lokasi dan tempat yang tepat juga menjadi faktor penentu apakah Kedai Garasi tersebut akan berjalan dengan lancar atau tidak. Maka dari itu pengelola Kedai Garasi harus memahami dengan seksama apa saja yang menjadi faktor penentu kepuasan pelanggan.

Terdapat masalah atau kendala yang di temukan di Kafe Kedai Garasi yaitu, ditemukan adanya pengeluhan dari beberapa pelanggan mengenai pelayanan yang disediakan oleh Kafe Kedai Garasi dimana beberapa kali terjadi keterlambatan dalam penyajian makanan pada Kafe Kedai Garasi. Berhubungan dengan hal itu, penentuan harga di Kafe Kedai Garasi juga sering dikeluhkan oleh beberapa pelanggan yang merasa belum puas dalam hal pelayanan yang mereka terima dengan harga yang mereka bayarkan, pelanggan juga mengeluhkan tempat parkir yang disediakan Kafe Kedai Garasi masih kurang luas untuk kendaraan roda empat, kurangnya lahan untuk tempat parkir seringkali menyebabkan terjadinya kemacetan, penulis juga tertarik untuk meneliti Kafe Kedai Garasi karena adanya perbedaan harga antara Kafe lain yang berada di daerah yang sama dengan Kafe Kedai Garasi yaitu Time420s Kafe Langowan.

Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Kafe Kedai Garasi dan Time420s Kafe

| Menu | Harga Time420s Kafe | Harga Kafe Kedai Garasi |
|-----------------|---------------------|-------------------------|
| Iced Chocolate | Rp10,000 | Rp12,000 |
| Iced Coffe | Rp8,000 | Rp10,000 |
| Iced Taro Latte | Rp16,000 | Rp17,000 |
| Iced Lemon Tea | Rp8,000 | Rp12,000 |

| | | |
|-----------------------------------|----------|----------|
| Nasi Goreng Roa | Rp18,000 | Rp20,000 |
| Nasi Goreng Time420s/Kedai Garasi | Rp17,000 | Rp18,000 |
| Nasi Goreng Cakalang | Rp18,000 | Rp20,000 |
| Mie Goreng Cakalang | Rp17,000 | Rp18,000 |

Sumber : Menu kafe

Dapat dilihat pada tabel diatas, bahwa daftar harga yang terdapat pada Kafe Kedai Garasi lebih tinggi dibandingkan Time420s Kafe Langowan. Akan tetapi, Kafe Kedai Garasi tidak kalah dalam bersaing dengan Time420s Kafe Langowan. Maka dari itu, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian pada Kafe Kedai Garasi di Langowan.

Berdasarkan penjelasan diatas, penelitian ini dimaksudkan kita dapat mengetahui kepuasan pelanggan yang ada di Kafe Kedai Garasi dengan cara membagikan kuisioner kepada para konsumen yang sementara mengunjungi Kedai Garasi, sehingga penulis mengangkat **“Pengaruh Kualitask Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kafe Kedai Garasi”** sebagai judul proposal skripsi.

1.2 Perumusan Masalah

Dengan semakin meningkatnya persaingan, perusahaan harus memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diperlukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan setelah bertransaksi di toko "Kafe Kedai Garasi Langowan".

1.3 Pernyataan Penelitian

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kafe Kedai Garasi?
2. Apakah penentuan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kafe Kedai Garasi?
3. Apakah pemilihan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kafe Kedai Garasi?
4. Apakah kualitas pelayanan, penentuan harga dan pemilihan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kafe Kedai Garasi?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan penelitian adalah untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kafe Kedai Garasi.

1.5 Pembatasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Batasan penelitian ini berfokus pada Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kafe Kedai Garasi.
2. Batasan penelitian dibatasi hanya sesuai judul penelitian yaitu pada Tiga Variabel Independen dan Satu Variabel Dependen.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kafe Kedai Garasi.

1) Bagi Pelajar

Manfaat dari penelitian ini yang dapat diperoleh mahasiswa yaitu mahasiswa dapat mengetahui hasil mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kafe Kedai Garasi.

2) Untuk Peningkatan Pengetahuan

Hasil yang diperoleh pada penelitian ini dapat menjadi pegangan pokok bagi mahasiswa untuk dipakai bersamaan dengan pengetahuan yang telah didapatkan di perkuliahan agar supaya dapat menambah wawasan sebagai bekal di dunia kerja nantinya.

1.6.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian yang didapat bisa menjadi referensi bagi para pengusaha pada bidang kuliner khususnya para *owner* Kafe agar dapat meningkatkan loyalitas dan daya tarik konsumen terhadap Kafe tersebut. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa lain yang akan melakukan judul yang sama atau metodologi yang sama. Melalui penelitian ini penulis memperoleh tambahan pengetahuan yang dapat dijadikan sebagai jenis penelitian.