

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan global (globalisasi), persaingan didalam dunia bisnis sangatlah ketat dan membuat perusahaan harus mampu bersaing dengan cara memaksimalkan kinerja perusahaan yang dapat terwujud dengan cara menyusun strategi pemasaran yang efektif agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen. Salah satu bisnis yang sangat berkembang adalah bisnis dalam bidang kuliner dengan cara membangun tempat makan sekaligus bersantai yaitu *café*. Berkumpul di *café* saat ini telah menjadi sebuah kebiasaan masyarakat di Indonesia baik dari golongan pelajar sebagai tempat mengerjakan tugas ataupun hanya bersantai, sampai orang dewasa yang ingin menikmati waktu bersama keluarga atau bahkan dalam melaksanakan pekerjaannya. Para pelaku usaha akhirnya tertarik untuk menjalankan sebuah bisnis *café*. *Café* adalah sebuah tempat yang tidak hanya menyediakan kopi, namun beberapa menu minuman dan makanan lainnya seperti kue dan disertai dengan hiburan berupa musik akustik. Seiring dengan menjamurnya berbagai *café* di Indonesia, banyak masyarakat Indonesia yang cenderung menghabiskan waktunya di sebuah *café* untuk berkumpul bersama teman-teman, menikmati makanan dan minuman, atau sekedar bersantai. Persaingan bisnis di era modern ini mendorong pelaku bisnis *café* perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat. Pemasaran merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan karena dengan melakukan pemasaran perusahaan dapat menghubungkan eksistensi produknya di dalam pasar dengan para konsumen.

Harga merupakan jumlah nilai tukar yang harus dibayarkan konsumen karena telah menggunakan atau memiliki produk atau jasa. Konsumen akan lebih selektif pada masalah harga. Harga mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan ini, pebisnis harus mampu menentukan pemasaran yang akan dituju oleh para konsumen. Dengan ditentukannya sasaran yang tepat dimata konsumen, maka akan mudah pebisnis untuk memberikan harga yang terjangkau bagi para konsumen.

Selain dilihat dari segi harga, pelaku bisnis juga harus memperhatikan fasilitas yang akan diberikan kepada konsumen yang akan menikmati ditempat yang diberikan atau disediakan. Fasilitas hal yang sangat penting bagi para konsumen untuk mendapatkan nilai plus tersendiri dimata konsumen. Anak milenial saat ini memperhatikan fasilitas-fasilitas yang diberikan di *café-café* yang mereka kunjungi. Sehingga fasilitas perlu diperhatikan untuk memberikan kepuasan kepada para konsumen yang datang. Fasilitas dapat berupa *wifi, plug, dine, smoking area, go-food, toilet, dan parking area*.

Selain harga dan fasilitas yang dinilai oleh para konsumen, hal lain yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen adalah kualitas pelayanan. Konsumen akan membandingkan dari segi harga yang ditentukan dan berbagai fasilitas yang diberikan, dari kedua kategori tersebut akan menentukan kualitas pelayanan pihak *café* baik atau kurang. Sehingga pihak *café* harus mampu memahami keinginan konsumen. Sebab, apabila *café* memberikan pelayanan buruk, mereka akan enggan untuk kembali ke *café* tersebut. Dengan kata lain saat harga dan fasilitas harus sebanding dengan kualitas pelayanan yang diberikan untuk para konsumen supaya mereka puas dan tertarik untuk kembali.

Dua *Coffee* merupakan kedai kopi yang menjadi salah satu kedai favorit bagi kalangan milenial untuk menghabiskan waktu untuk menikmati kopi di daerah Fatmawati. Pada situs Pergi Kuliner, Dua *Coffee* masuk menjadi tempat nongkrong yang terkenal dari 10 tempat nongkrong kopi di daerah Fatmawati Jakarta Selatan. Dua *Coffee* sendiri memiliki beberapa cabang. Diantaranya Dua *Coffee* Fatmawati, Dua *Coffee* Bintaro, dan Dua *Coffee* yang berada di Washington. *Co-owner* Dua *Coffee* Omar Karim Prawiranegara mengungkapkan, kesempatan membawa Dua *Coffee* ke kancah Internasional adalah hal tak terduga. Kesempatan tersebut bermula saat Dua *Coffee* diajak Kementerian Pariwisata RI untuk mendukung pariwisata Indonesia di ajang New York *Fair*, untuk segmen kopi. Tanpa diduga, pengunjung ternyata begitu antusias dengan sajian biji kopi yang dibawa oleh Dua *Coffee*. Dari ajang tersebut, Dua *Coffee* juga bertemu dengan kantor berita VOA dan diajak ke Washington DC. Dua *Coffee* memiliki misi untuk lebih mengenalkan kopi Indonesia di kancah dunia. *Co-Owner* memberitahu bahwa Dua *Coffee* di AS akan menyediakan 60% biji kopi dari

Indonesia, sisanya dari berbagai macam negara, seperti Columbia dan Ethiopia. Usaha lain dari Dua *Coffee* yaitu memperkenalkan Indonesia dengan memakai cup bermotif batik Megamendung, Cirebon.

Dua *Coffee* beralamat di Jl. Cipete Raya No. 66, Fatmawati, Jakarta Selatan. Kedai kopi ini mulai dibuka pada pukul 08.00-20.00 WIB. Dari harga yang diperkirakan untuk nongkrong di Dua *Coffee* berkisar antara Rp 80.000 untuk porsi dua orang. Dua *Coffee* memiliki berbagai varian menu yang beragam. Untuk makanan yang dimulai dari *appetizer*, *brunch*, *main course* hingga *dessert*. Pada menu *appetizer* terdapat menu *calamari*, *french fries*, *crispy enoki mushroom*, *spro chicken wing*, *quassadillas*, *onion rings*, *crispy chicken skin*, *chicken platter* dan *seafood platter*. Menu *brunch* terdapat *club sandwich*, *egg benedict*, *scrambled egg*, *cheese omellete*, *triple sample selection*. Menu *main course* terdapat *aglio olio tuna*, *aglio olio smoked beef*, *beef carbonara*, *pasto verde chicken with grilled*, *chicken roasted pasta*, nasi goreng buntut, sop buntut cabe ijo, *hainan chicken rice*, nasi ayam sambal mangga, nasi goreng tek-tek, nasi cumi hitam si taqi, nasi ayam telur asin, mie goreng tek-tek, dan *fish and chip*. Terakhir menu *dessert* yang disediakan adalah *caramel french toast* dan *molten lava*.

Selain menu beragam yang disajikan oleh Dua *Coffee*, kedai ini menyediakan layanan dan fasilitas jika para konsumen sedang menikmati hidangan di tempat. Dua *Coffee* memiliki layanan berupa makanan atau minuman yang dapat dibawa pulang. Sehingga pengunjung tidak perlu khawatir apabila ingin membawa makanan atau minuman dari Dua *Coffee* untuk dibawa pulang dan diberikan kepada teman atau pun sanak saudara. Kedai ini tidak menyajikan menu minuman yang beralkohol, sehingga pengunjung dapat meminum minuman yang halal. Disini juga menyediakan ruangan pribadi yang dapat digunakan para pengunjung untuk lebih fokus dari keramaian. Sehingga ruangan pribadi yang tersedia dapat berfungsi sebagai tempat rapat kecil untuk para pekerja kantor yang ingin merasakan suasana lain dalam melaksanakan rapat. Tersedianya *wifi* membuat para pengunjung kedai kopi Dua *Coffee* untuk mengakses jaringan internet tanpa harus memikirkan kuota atau paket data untuk mengakses internet. Karena dengan tersedianya *wifi* menjadi salah satu daya tarik pengunjung dalam

mengerjakan berbagai tugas yang harus dikerjakan, mulai dari anak sekolah hingga para pekerja kantor pun dapat menikmati *wifi* gratis yang telah disediakan kedai kopi Dua *Coffee*. Pentingnya ruangan beribadah terutama untuk para pemeluk agama Islam dalam mengerjakan sholat, *café* ini menyediakan ruangan yang khusus digunakan untuk melakukan ibadah tanpa harus mencari mushola atau pun masjid terdekat. Dua *Coffee* memfasilitasi tempat ibadah. Ini bertujuan agar pengunjung mampu melakukan ibadahnya secara khusuk dan tentunya nyaman. Adapula kedai ini menyediakan area merokok, karena banyak dari berbagai pengunjung memiliki keinginan masing-masing. dari berbagai pengunjung yang datang, terdapat tipe pengunjung yang berbeda-beda. Ada yang ingin bercengkerama sambil merokok, ada juga yang hanya ingin mengobrol tanpa ingin menghirup asap rokok. Hal ini lah yang membuat kedai tersebut membuat sekat antara penikmat kopi bersama rokok dan tanpa rokok. Pengunjung yang menikmati kopi dapat menikmati kopinya diruangan ber AC tanpa takut merasakan kepanasan. Tentunya tempat yang bersih pun membuat pengunjung merasa nyaman dan tidak ingin bergegas pulang selagi di kedai kopi Dua *Coffee*.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh harga, fasilitas, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kedai kopi Dua *Coffee* Fatmawati.

Tabel 1.1 Rating Review Kedai Kopi di Daerah Fatmawati

No.	Nama <i>Coffee</i> Shop	Rating
1.	Dua <i>Coffee</i>	4,0/5
2.	Tuku Kopi	3,95/5
3.	Wisang Kopi	3,90/5
4.	Kopi Susu Bu Lurah	3,88/5
5.	Kopi Amat	3,85/5

Sumber : <https://pergikuliner.com/catalogs/kopi/fatmawati,2019>

Berdasarkan data diatas, Dua *Coffee* menduduki peringkat atas dengan mendapatkan rating bernilai 4,0 dapat disimpulkan bahwa kedai Dua *Coffee* mempunyai penilaian yang baik dimata pelanggan. Harga yang diberikan Dua *Coffee* termasuk harga yang ramah dikantong sehingga pelanggan dapat memilih harga yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Fasilitas diperhatikan guna

pelanggan mampu terpenuhi aspek kebutuhan. Dengan adanya fasilitas yang memadai, para pelanggan akan memberikan nilai tambah tersendiri terhadap kedai Dua *Coffee* karena mampu memberikan dan memperhatikan kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan sendiri dinilai baik oleh pelanggan karena keramahan pegawai diperlukan yang ditujukan kepada pelanggan untuk mendapatkan pelayanan yang baik. Pelanggan akan merasa puas karena merasa dilayani dengan baik dan sesuai keinginan. Dengan merasa puas, menjadikan peluang Dua *Coffee* untuk mendapatkan banyak pelanggan tetap karena pelanggan merasa pelayanan telah sesuai kebutuhan.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah pokok yang telah dikemukakan diatas, maka spesifikasi masalah pokok pada penelitian ini adalah :

1. Apakah Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Dua *Coffee* Fatmawati ?
2. Apakah Fasilitas Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Dua *Coffee* Fatmawati ?
3. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Dua *Coffee* Fatmawati ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada kedai Dua *Coffee* Fatmawati :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Kedai Dua *Coffee* Fatmawati.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen Kedai Dua *Coffee* Fatmawati.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kedai Dua *Coffee* Fatmawati.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai tujuan bagi :

1. Bagi peneliti

Kegunaan bagi peneliti yakni untuk menambah wawasan peneliti terkait dengan gambaran praktis tentang pengaruh antara harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kedai Dua *Coffee* Fatmawati.

2. Bagi perusahaan

Sebagai bahan evaluasi mengenai permasalahan dan hambatan pada strategi harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kedai Dua *Coffee* Fatmawati.

3. Bagi masyarakat

Bagi masyarakat sendiri penelitian ini sebagai sarana untuk memberikan informasi terkait dengan adanya harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kedai Dua *Coffee* Fatmawati.