

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di zaman era globalisasi yang semakin berkembang saat ini, telah terjadi perkembangan bisnis yang sangat pesat, dimana membuat perkembangan dunia bisnis di Indonesia juga semakin meningkat. Dengan perkembangan bisnis yang semakin meningkat, perusahaan-perusahaan lebih dihadapkan dengan persaingan yang ketat. Dimana para pelaku usaha turun tangan melakukan berbagai cara untuk menarik minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Persaingan bisnis yang bisa datang darimana saja, baik bisnis berskala kecil, menengah, hingga bisnis berskala besar. Pelaku usaha dituntut untuk melakukan perubahan dalam mengeluarkan produk, menangani persaingan, dan cara melayani konsumen agar konsumen mendapat kepuasan dalam pelayanan. Dengan mempertahankan dan memberi produk yang terbaik yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah, maka para pelaku bisnis diharuskan membuat strategi pemasaran yang tepat agar dapat memenangkan persaingan.

Dengan berbagai macam bidang bisnis di Jakarta, banyak sebagian calon pelaku bisnis membangun usaha di bidang kuliner. Sebagai usaha bisnis yang menjanjikan, usaha bidang kuliner juga dapat dikreasikan pada menu makanan atau minumannya, sehingga konsumen yang melihat akan merasa tertarik dan langsung membeli produk tersebut. Persaingan di bidang kuliner yang saat ini sangatlah ketat, walaupun ketat setiap pelaku usaha tetap mendapatkan pembeli atau pelanggan.

Salah satu usaha di bidang kuliner yang saat ini digandrungi oleh para calon pelaku usaha ialah membangun usaha kedai kopi atau biasa disebut *coffee shop*. *Coffee shop* yang saat ini sudah banyak dijumpai karena keragaman warga Indonesia kepada kopi. *Coffee shop* atau kedai kedai kopi menjadi salah satu

kuliner yang saat ini menjadi favorit di kalangan masyarakat. Saat ini perkembangan bisnis kuliner *coffee shop* menjadi salah satu ikon bisnis yang tidak pernah habis diperbincangkan dan memiliki kekuatan didalamnya. Hal ini dibuktikan dari hasil riset independen yang dilakukan *Toffin and Mix Marcom Way* bahwa hingga sampai saat ini tercatat lebih dari 2.095 *coffee shop* yang tersebar di setiap daerah, sehingga Jakarta menjadi salah satu daerah yang memiliki banyak usaha kuliner *coffee shop*.

Seiring dengan perkembangan jaman yang terjadi di Indonesia, gaya hidup setiap orang khususnya bagi para anak milenial saat ini kian berubah. Waktu mereka dihabiskan untuk bekerja atau belajar sehingga waktu untuk mencari hiburan hampir tidak ada karena terlalu memikirkan kesibukan. Bagi para pelaku bisnis *coffee shop* harus membuat strategi untuk menciptakan ide-ide kreatif agar konsumen memiliki kepuasan yang tinggi terhadap usahanya, sehingga usaha *coffee shop* tetap mempunyai eksistensi pada masa persaingan bisnis kuliner yang sudah banyak diminati oleh para pelaku bisnis.

Konsumen merupakan faktor penting untuk mempertahankan keberlangsungan sebuah usaha, pelaku bisnis harus mengetahui dan memahami hal penting apa saja yang diinginkan konsumen sampai pada akhirnya terciptalah kepuasan konsumen pada usaha tersebut. Konsumen dikatakan puas jika konsumen sudah mendapatkan produk atau jasa sesuai dengan permintaan dan sesuai dengan ekspektasi bahkan melebihi ekspektasi.

Kepuasan konsumen dapat dirasakan setelah konsumen mengetahui persamaan yang dirasakan konsumen saat pengalaman konsumen melakukan pembelian produk atau jasa dari penyedia produk atau jasa dengan harapan dari si pembeli. Pelaku bisnis mengukur tingkat kepuasan yang didapat dari konsumen salah satunya melalui masukan dari konsumen yang mengalami keluhan. Pelaku bisnis dapat mendengarkan keluhan yang dirasakan konsumen, lalu menjadikan data informasi yang dapat dijadikan masukan bagi pelaku bisnis agar tidak mengecewakan konsumen.

Kogura Coffee merupakan *coffee shop* yang didirikan pada pertengahan tahun 2020 tepatnya pada bulan Juni 2020 oleh Fauzan Azizi dan salah satu kedai kopi yang sedang mengikuti perkembangan bisnis di Indonesia pada bidang kuliner. Kogura Coffee sangat memperhatikan strategi agar dapat meningkatkan *traffic* pengunjung dengan menciptakan konsep yang kekinian dan *instagramable*, dimana Kogura Coffee menciptakan *atmosphere* yang membuat konsumen ingin berlama-lama di dalamnya. *Design* interior yang unik dan *simple* pada Kogura Coffee disusun sedemikian rupa agar tetap terlihat estetik. Memiliki *astmosphere* yang membuat konsumen nyaman dengan fasilitas yang diberikan, membuat konsumen merasa puas.

Kogura Coffee juga menyediakan fasilitas berupa ruang *outdoor* yang berada disisi sebelah kanan dekat pintu masuk yang menjadi salah satu spot terbaik untuk berfoto *Outfit Of The Day* atau biasa disebut OOTD. Selain itu Kogura Coffee dapat digunakan untuk foto bersama-sama karena fasilitas yang diberikan cukup luas dengan adanya lampu gantung yang dapat menambah nilai estetik. Kogura Coffee bisa menjadi rekomendasi *coffee shop* yang *instagramable*. Jumlah konsumen yang berkunjung tidak dapat diketahui atau diprediksi secara akurat karena tidak terdapat data mengenai jumlah pengunjung melainkan hanya dengan perkiraan atau *traffic visual*, dimana dalam waktu satu minggu Kogura Coffee bisa kedatangan kurang lebih sebanyak 210 konsumen. Kogura Coffee bisa mendatangkan sebanyak kurang lebih 840 konsumen dalam kurun waktu satu bulan.

Berdasarkan hasil pengamatan terhadap kepuasan pada Kogura Coffee, terlihat ada beberapa permasalahan yang berkaitan dengan kepuasan konsumen. Ada kecenderungan konsumen kurang puas oleh beberapa permasalahan antara lain: Lokasi, Cita Rasa, dan Varian Menu. Kepuasan konsumen akan mempengaruhi kedatangan dan jumlah penjualan. Berdasarkan hasil penjualan Kogura Coffee, berikut data omset penjualan Kogura Coffee dalam periode satu bulan:

Tabel 1.1. Data Omset Penjualan Kogura Coffee Periode 23 Agustus 202 s.d 23 September 2021

Bulan	Periode	Omset Penjualan (Rupiah)
Agustus	Minggu ke IV	Rp. 4.844.000,-
September	Minggu ke I	RP. 6.134.000,-
September	Minggu ke II	Rp. 4.321.000,-
September	Minggu ke III	Rp. 3.693.000,-
September	Minggu ke IV	Rp. 1.880.000,-

Sumber: Data Omset Penjualan Kogura Coffee tahun 2021

Berdasarkan pada tabel 1.1. di atas terlihat terdapat potensi penurunan jumlah penjualan dari minggu ke kesatu sampai dengan minggu kelima. Dalam meningkatkan kepuasan konsumen, Kogura Coffee selalu memfokuskan faktor-faktor yang dapat memberi pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Lokasi menjadi faktor yang berperan penting terhadap kepuasan konsumen. Kogura Coffee dapat dikatakan memiliki lokasi yang strategis karena berada tepat di pinggir jalan dan berada di keramaian penduduk. Lokasinya yang berada di pinggir jalan dapat memudahkan konsumen untuk menemukan dan menjangkau lokasi Kogura Coffee. Lokasi Kogura Coffee yang terletak di pinggir jalan yang menjadikannya sebagai lokasi persaingan. Sehingga banyak persaingan kompetitor pada usaha *coffee shop*. Banyak usaha *coffee shop* di sekitaran Kogura Coffee yang menjadi pesaing dalam menarik minat beli konsumen antara lain Kedai Kopi Kurang Lebih, Kopian Artisan Coffee, dan Kedai Kopi Boljug.

Faktor yang kedua adalah cita rasa. Pelaku bisnis yang memiliki usaha di bidang kuliner tentu sangat mengedepankan cita rasa terhadap produk yang ditawarkan. Pelaku bisnis juga selalu berinovasi menciptakan kombinasi rasa yang dipadukan dalam satu minuman, namun tetap dengan rasa yang dapat diterima oleh selera konsumen. Dengan memiliki banyak varian rasa pada produk sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kogura Coffee tidak hanya mengedepankan minuman dengan rasa kopi saja, melainkan Kogura Coffee berinovasi menciptakan minuman dengan rasa buah. Ada sebagian konsumen beranggapan bahwa rasa minuman yang dipesan kurang manis, ini sebabkan karena cara pembuatannya tidak sesuai dengan takaran yang seharusnya yang membuat rasa

pada minuman menjadi kurang dan tidak sesuai dengan harapan konsumen. Karena pada dasarnya setiap minuman pasti memiliki standar takaran yang berbeda-beda.

Faktor yang ketiga adalah varian menu. *coffee shop* biasanya identik menawarkan produk minuman berbahan dasar kopi saja. Dan pelaku bisnis *coffee shop* juga menyediakan varian pada ukuran gelas kopi plastik sehingga konsumen dapat memilih sesuai porsi yang diinginkan. Pada pilihan varian menu, Kogura Coffee tidak berfokus dan mengedepankan produk jenis kopi saja, melainkan Kogura Coffee menawarkan varian menu berbahan dasar non kopi. Ini membuat konsumen merasa puas karena konsumen senang dengan sesuatu yang baru. Selain memiliki banyak varian yang ditawarkan, tetapi Kogura Coffee tidak menyediakan varian pada ukuran gelas kopi plastik untuk pemesanan *take away*. Kogura Coffee hanya menyediakan satu ukuran saja. Jadi, untuk konsumen yang melakukan pembelian *take away* tidak merasa puas karena tidak ada pilihan dalam ukuran gelas kopi plastik.

Berdasarkan survei dan wawancara dengan pemilik Kogura Coffee, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai ketiga variabel independen yaitu lokasi, cita rasa, dan varian menu yang dipertimbangkan untuk diteliti pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pada Kogura Coffee. Dari uraian permasalahan pada latar belakang, menarik untuk dilakukan suatu penelitian dengan judul: **“Pengaruh Lokasi, Cita Rasa, dan Varian Menu Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Kogura Coffee Kelapa Gading)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan, kepuasan konsumen pada penjualan di Kogura Coffee apakah mengalami penurunan atau kenaikan. Menyadari masalah ini, maka masing-masing faktor perlu diteliti, faktor mana saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Kogura Coffee dan faktor apa saja yang sangat berpengaruh. Berikut berbagai pertanyaan yang didapat dari latar belakang permasalahan, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah Lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen ?

2. Apakah Cita Rasa mempengaruhi kepuasan konsumen ?
3. Apakah Variasi Menu mempengaruhi kepuasan konsumen ?
4. Apakah Lokasi, Cita Rasa, dan Varian Menu mempengaruhi kepuasan konsumen ?

1.3. Tujuan Penelitian

Dari berbagai rumusan masalah yang telah diuraikan dalam bentuk pertanyaan, maka terdapat dalam penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi pada kepuasan konsumen Kogura Coffee Kelapa Gading.
2. Untuk mengetahui pengaruh Cita Rasa pada kepuasan konsumen Kogura Coffee Kelapa Gading.
3. Untuk mengetahui pengaruh Varian Menu pada kepuasan konsumen Kogura Coffee Kelapa Gading.
4. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi, Cita Rasa, dan Varian Menu pada kepuasan konsumen Kogura Coffee Kelapa Gading.

1.4. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat memberi manfaat bagi semua pihak yang terkait secara langsung didalamnya hingga bagi yang membacanya. Berikut manfaat dari penelitian:

1. Bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, penelitian ini bisa menjadi bahan referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan lokasi, cita rasa, dan varian menu pada *coffee shop* dan yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.
2. Bagi Peneliti, penelitian ini bisa menjadi bahan referensi penelitian selanjutnya agar dapat lebih dikembangkan dalam materi-materi lainnya yang berhubungan dengan lokasi, cita rasa, dan varian menu pada *coffee shop* dan kepuasan konsumen.
3. Bagi Objek Penelitian, dapat memberikan masukan dalam perencanaan menentukan lokasi yang strategi, ketersediaan cita rasa dan selalu

berinovasi menciptakan variasi menu yang akan ditawarkan kepada konsumen sehingga dapat mengevaluasi kepuasan konsumen.