

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Ngopi Doeloe adalah sebuah *coffee shop* yang didirikan pada September 2006 di jalan Purnawarman no 6-8, Bandung. Awalnya didirikan dengan sebuah konsep tempat berkumpul atau hanya untuk sekedar minum kopi yang kini menjadi gaya baru anak muda di Bandung. Dengan harga yang relatif terjangkau disertai tempat yang sangat nyaman diharapkan membuat pengunjung menjadi betah untuk berlama-lama berkumpul di Ngopi Doeloe.

Dengan konsep bangunan yang unik dan berbeda di setiap outletnya, juga dilengkapi dengan fasilitas seperti sofa yang nyaman, televisi, *live accoustic*, *free hotspot* dan *VIP room* yang dapat dipakai untuk acara-acara penting seperti mengerjakan tugas, *meeting*, ulang tahun, reuni, *photo pre-wedding* sampai *wedding* pun bisa dilaksanakan di Ngopi Doeloe.

Sampai saat ini Ngopi Doeloe telah berkembang dan memiliki banyak outlet yang tersebar di area Bandung sampai merambah ke wilayah ibu kota Jakarta, hal itu bertujuan untuk mempermudah akses dari minat masyarakat akan Ngopi Doeloe. Bukan hanya tempat yang nyaman dan fasilitas lengkap saja yang menjadi andalan utama kami, berbagai macam racikan yang terbuat dari bahan dasar kopi kita hadirkan, seperti *hot coffee*, *ice coffee blend*, *italian sodas* sampai jus semua tersedia di sini dan tak hanya minuman saja berbagai jenis makanan mulai dari *light meal*, *main course* sampai *dessert* kita sediakan dengan harga yang terjangkau untuk semua kalangan.

Ngopi Doeloe dikelola oleh orang-orang yang memang ahli di bidangnya, ditambah dengan program-program training yang mengikuti pelayanan standar international.

Ngopi Doeloe menyediakan *wifi* secara gratis yang dimaksudkan untuk memberikan kesempatan pelanggan untuk menikmati penyajian makanan dan minuman tanpa harus menghentikan aktifitas pentingnya. Semua hal-hal yang dipaparkan di atas bertujuan membuat para pelanggan kami menjadi betah dan selalu mempunyai keinginan untuk berkumpul dan bersantai di tempat kami.



Gambar 1. 1 Logo Perusahaan Ngopi Doeloe

Sumber: <http://www.ngopidoeloe.com>

1.1.2 Produk dan Layanan Perusahaan

Ngopi Doeloe menawarkan berbagai produk kuliner makanan dan minuman yang ditawarkan yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. 1

Contoh Daftar Menu Makanan Ngopi Doeloe

Nomor	Nama Menu	Harga
1.	Pisang Crispy	Rp 19.000
2.	Mie Ayam Rica Rica	Rp 20.000

3.	Teriyaki Chicken Salad	Rp 19.000
4.	Banana Pizza	Rp 32.000

Sumber: Data dari Ngopi Doeloe yang diolah oleh penulis

Tabel 1. 2

Contoh Daftar Menu Minuman Ngopi Doeloe

Nomor	Nama Menu	Harga
1.	Frozen Cappucino	Rp 21.000
2.	Frozen Moccacino	Rp 21.000
3.	Espresso Shake	Rp 23.000
4.	Frozen Caramel	Rp 24.000

Sumber: Data dari Ngopi Doeloe yang diolah oleh penulis

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan bisnis kuliner di Nusantara dalam kurun waktu beberapa tahun ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini didukung oleh semakin berkembangnya minat masyarakat dalam mencoba berbagai jenis kuliner yang ada dari penjuru Nusantara. Ditambah lagi masyarakat yang selalu ingin mencoba hal-hal baru tentang kuliner sehingga menambah referensi mereka tentang berbagai jenis masakan.

Dengan meningkatnya antusiasme masyarakat terhadap kuliner yang berkembang pesat mengakibatkan semakin banyak pilihan tempat-tempat kuliner yang memudahkan masyarakat untuk mencari dan memilih kuliner yang diinginkannya.

Dewasa ini hampir setiap elemen masyarakat menginginkan tempat kuliner yang memiliki fasilitas untuk bersantai dan berkumpul bersama kerabat, karena mereka ingin melepas segala kepenatan karena rutinitas dan segala kegiatan yang dilakukan setiap harinya. Dalam mengatasi masalah tersebut masyarakat mencari alternatif untuk bersantai dan berkumpul yang juga diselingi dengan kuliner. Karena kuliner merupakan salah satu hal yang tidak dapat dilepaskan dari kehidupan masyarakat dewasa ini, hal ini disebabkan oleh pola hidup masyarakat yang semakin berkembang dan juga dari segi ekonomi yang menunjangnya. Berkaca dari hal tersebut kemudian muncul berbagai jenis restoran yang dasarnya untuk memenuhi kebutuhan kuliner masyarakat seperti: *cafeteria*, *canteen*, *coffee shop* dan yang lainnya. *Cafe* sendiri saat ini sangat berkembang karena sebagian besar masyarakat lebih memilihnya sebagai tempat untuk bersantai dan berkumpul.

Cafe dipilih karena harganya yang relatif mudah dijangkau, suasananya lebih cocok untuk berkumpul dan bersantai, aksesoris yang lebih menarik serta bisa meningkatkan kreativitas. Melihat fleksibilitas dari *cafe* tersebut, maka sebagian masyarakat lebih memilih *cafe*. Pada awalnya *cafe* di Indonesia belum banyak seperti saat ini, namun karena berkembangnya minat masyarakat terhadap kuliner sehingga bisnis kuliner mulai berkembang dan menarik banyak orang untuk terjun menjadi pengusaha di bidang kuliner termasuk pengusaha *cafe*. Dengan semakin banyaknya *cafe* yang ada di Indonesia saat ini, maka masyarakat semakin mudah dalam memilih alternatif untuk berkumpul dan bersantai.

Melihat peluang ini di mana pergeseran gaya hidup masyarakat yang menjadikan kegiatan hiburan sebagai bagian dari kebutuhan hidup, membuat para pelaku bisnis *food services* melirik usaha *cafe* ataupun *coffee shop*. Dimana kehadiran *cafe* ini dinilai yang paling sesuai dengan gaya hidup masyarakat perkotaan saat ini. Suasana yang nyaman, pilihan menu yang berkualitas, serta fasilitas yang menarik tentu merupakan alasan bagi masyarakat untuk memilih *coffee shop* ini. Produsen mengemas makanan beserta tempat makan dengan menciptakan suasana dan

pengalaman yang khas yang dapat dirasakan konsumen. (www.centroone.com, Maret 2014).

Dalam penelitian ini penulis mengambil objek Ngopi Doeloe yang berlokasi Jl. Burangrang No. 27, Bandung. Hal ini dikarenakan kuliner yang sedang populer di kalangan anak muda dan sebagian kalangan masyarakat belakangan ini adalah *cafe* makanan dan minuman yang bisa dijadikan sebagai tempat berkumpul bersama teman, saudara dan keluarga sebagai sarana untuk liburan dan *refreshing*. Ngopi Doeloe adalah salah satu tempat berkumpul kalangan anak muda dengan teman maupun keluarga bisa menyajikan makanan dan minuman yang sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen. Kalau dari penampilan Ngopi Doeloe terlihat hampir sama dengan *cafe* tempat *ngopi* pada umumnya, hanya saja kalau dilihat dari segi persediaan makanan dan minuman Ngopi Doeloe menyediakan menu lebih banyak dan tempat parkir yang lebih luas. Kemudian kita bisa sekedar untuk *ngopi* dan menikmati makanan ringan sambil menikmati internet gratis yang disediakan. Untuk itu Ngopi Doeloe sering diperbincangkan oleh masyarakat baik kalangan muda maupun yang sudah paruh baya dan menjadi salah satu tempat berkumpul favorit yang ada di Bandung. Hal itu dibuktikan dengan banyaknya konsumen yang berkunjung untuk melakukan pembelian di Ngopi Doeloe.

Menurut Wardhana, Rustandi dan Syahputra (2014) Dilihat dari atribut kualitas kopi berdasarkan persepsi pelanggan terhadap *coffee shop*, Excelso menduduki peringkat pertama, peringkat kedua ditempati oleh Ngopi Doeloe, peringkat ketiga ditempati oleh Coffee Toffee, dan peringkat keempat ditempati oleh Starbucks. Dilihat dari atribut ragam makanan dan minuman berdasarkan persepsi pelanggan terhadap *coffee shop*, Ngopi Doeloe menduduki peringkat pertama, peringkat kedua ditempati oleh Excelso, peringkat ketiga ditempati oleh Starbucks, dan peringkat keempat ditempati oleh Coffee Toffee. Dilihat dari atribut harga berdasarkan persepsi pelanggan terhadap *coffee shop*, Ngopi Doeloe menduduki peringkat pertama, peringkat kedua ditempati oleh Coffee Toffee, peringkat ketiga ditempati oleh Excelso,

dan peringkat keempat ditempati oleh Starbucks. Dilihat dari atribut suasana (atmosfir) berdasarkan persepsi pelanggan terhadap *coffee shop*, Starbucks menduduki peringkat pertama, peringkat kedua ditempati oleh Excelso, peringkat ketiga ditempati oleh Coffee Toffee, dan peringkat keempat ditempati oleh Ngopi Doeloe.

Berdasarkan penelitian di atas penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa menurut pelanggan dari segi atribut makanan dan minuman serta dari segi atribut harga, Ngopi Doeloe berada pada peringkat pertama. Sedangkan dari segi atribut kualitas kopi, Ngopi Doeloe berada pada peringkat kedua dan dari segi atribut suasana (atmosfir), Ngopi Doeloe berada pada peringkat terakhir.

Hal ini sangat menarik karena penulis ingin mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan Ngopi Doeloe cabang Jln. Burangrang Bandung sehingga sampai saat ini Ngopi Doeloe masih dapat terus bertahan di antara ketatnya persaingan serta dapat terus mengembangkan usahanya ke kota lain yaitu Jakarta seperti yang diharapkan oleh Ngopi Doeloe.

Kualitas pelayanan adalah hal yang penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen adalah aset yang sangat berharga bagi perusahaan. Ada beberapa hal penting tentang kualitas pelayanan yang terangkum dalam dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman yang dikutip oleh Tjiptono (2011:198) untuk dijadikan acuan mengukur kualitas pelayanan, sebagai berikut: *Tangible* (bukti fisik), *Empathy* (empati), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap) dan *Assurance* (jaminan).

Penulis melakukan observasi awal kepada 30 responden yang berkunjung ke Ngopi Doeloe. Berdasarkan hasil *survey* yang penulis lakukan, responden menyatakan mereka berkunjung karena menurut mereka Ngopi Doeloe menjual produk makanan dan minuman yang relatif murah dan berkualitas selain itu juga Ngopi Doeloe berada di lokasi yang strategis. Tapi ada sebagian responden menyatakan pelayanan yang diberikan Ngopi Doeloe masih kurang. Sebagian besar konsumen mengeluhkan hal yang berhubungan dengan pelayanan *cafe* Ngopi Doeloe. Di antaranya konsumen mengeluhkan lamanya waktu menunggu (*waiting list*) yang disebabkan oleh ramainya

kondisi restoran, kecilnya ruang untuk makan dalam restoran, kurang cepat tanggapnya pelayan, kurangnya kemampuan menanggapi keluhan konsumen dengan cepat dan lahan parkir yang kurang luas. Berikut masalah-masalah yang ada di Ngopi Doeloe cabang Jln. Burangrang Bandung:

Tabel 1. 3

Masalah yang Dihadapi di Ngopi Doeloe cabang Burangrang Bandung

Nomor	Pernyataan	Puas	Tidak Puas	Presentase		Total
				Puas	Tidak Puas	
1.	Ngopi Doeloe memiliki tempat yang nyaman serta santai (<i>Tangible</i>)	14	16	46,7%	53,3%	100%
2.	Karyawan Ngopi Doeloe memiliki kemampuan serta handal dalam mengolah menu	17	13	56,7%	43,3%	100%

	makanan serta minuman yang disajikan (<i>Reliability</i>)					
3.	Memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan (<i>Assurance</i>)	12	18	40%	60%	100%
4.	Karyawan mampu menanggapi keluhan konsumen dengan cepat (<i>Responsiveness</i>)	14	16	46,7%	53,3%	100%
5.	Karyawan Ngopi Doeloe memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan konsumen (<i>Empathy</i>)	13	17	43,3%	56,7%	100%

Sumber: Hasil Survey oleh Peneliti

Berdasarkan tabel yang ada di atas, masih banyak konsumen yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan Ngopi Doeloe Cabang Burangrang Bandung. Data pada tabel di atas dapat diuraikan sebagai berikut yaitu sebagai berikut:

1. Ngopi Doeloe memiliki tempat yang nyaman serta santai (*Tangible*). Dari 30 responden yang menyatakan puas sebesar 14 orang atau 46,7% dan yang menyatakan tidak puas sebesar 16 orang atau 53,3%.
2. Karyawan Ngopi Doeloe memiliki kemampuan serta handal dalam mengolah menu makanan serta minuman yang disajikan (*Reliability*). Dari 30 responden yang menyatakan puas sebesar 17 orang atau 56,7% dan yang menyatakan tidak puas sebesar 13 orang atau 43,3%.
3. Memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan (*Assurance*). Dari 30 responden yang menyatakan puas sebesar 12 orang atau 40% dan yang menyatakan tidak puas sebesar 18 orang atau 60%.
4. Karyawan mampu menanggapi keluhan konsumen dengan cepat (*Responsiveness*). Dari 30 responden yang menyatakan puas sebesar 14 orang atau 46,7% dan yang menyatakan tidak puas sebesar 16 orang atau 53,3%.
5. Karyawan Ngopi Doeloe memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan konsumen (*Empathy*). Dari 30 responden yang menyatakan puas sebesar 13 orang atau 43,3% dan yang menyatakan tidak puas sebesar 17 orang atau 56,7%.

Tabel di atas menunjukkan bahwa beberapa aspek kualitas pelayanan dari *cafe* Ngopi Doeloe masih terdapat beberapa hal yang harus diperbaiki guna meningkatkan kepuasan konsumen itu sendiri. Contohnya pada aspek *empathy, responsiveness, tangible dan assurance*. Ngopi Doeloe menunjukkan angka di bawah 50% yang berarti masih harus ada peningkatan kualitas pelayanan dari pihak Ngopi Doeloe sendiri. Dan dilihat dari permasalahan yang terjadi di *cafe* Ngopi Doeloe menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan adalah hal utama dalam pelayanan. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelayanan sesuai harapan atau ekspektasi pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas kualitas pelayanan adalah hal yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan yang menjual sebuah produk, karena ketika suatu perusahaan memiliki kualitas pelayanan yang baik, maka dengan demikian tingkat kepuasan

konsumen akan semakin tinggi juga terhadap pelayanan yang diberikan oleh setiap perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uraian penulis berdasarkan tabel 1.3 di atas tentang kualitas pelayanan yang mana dari variabel kualitas pelayanan (*Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness, Assurance*), konsumen memberikan penilaian bahwa dari variabel *empathy, responsiveness, tangible dan assurance* bahwa Ngopi Doeloe masih menunjukkan penilaian di bawah 50%. Dengan demikian dampak dari variabel kualitas pelayanan (*Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness, Assurance*) sangat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Dari observasi awal yang dilakukan maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN NGOPI DOELOE CABANG BURANGRANG BANDUNG”**.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan di Ngopi Doeloe cabang Burangrang Bandung?
2. Bagaimana kepuasan konsumen Ngopi Doeloe cabang Burangrang Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Ngopi Doeloe cabang Burangrang Bandung secara simultan dan parsial?

1.4 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dilakukan tentunya memiliki beberapa tujuan. Adapun yang menjadi tujuan dalam peneliitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan di Ngopi Doeloe cabang Burangrang Bandung.
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen di Ngopi Doeloe cabang Burangrang Bandung.

3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Ngopi Doeloe cabang Burangrang Bandung secara simultan dan parsial.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berarti bagi banyak pihak yang membutuhkan, di antaranya :

1. Kegunaan Teoritis
 - a) Mengaplikasikan ilmu yang didapatkan selama proses perkuliahan untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis.
 - b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan penelitian dan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.

2. Kegunaan Praktis
 - a) Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi manajemen untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan volume penjualan dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
 - b) Dapat mengetahui kualitas pelayanan sesuai dengan keinginan para konsumen.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami materi yang terdapat dalam skripsi, maka penulisan skripsi disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan secara singkat mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bab II ini akan diuraikan mengenai tinjauan pustaka penelitian, kerangka pemikiran, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab III ini akan diuraikan mengenai jenis penelitian yang digunakan, operasionalisasi variabel, populasi dan teknik sampling, jenis dan teknik pengumpulan data, nara sumber, teknik analisa kualitatif, dan alur penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan dari keseluruhan penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi menguraikan kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan hasil pengolahan data dan saran-saran yang berkaitan dengan penelitian sejenis dimasa yang akan datang.