

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Perusahaan

#### 1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Tonggak pada usaha DeumDee Café bermula saat sang pemilik memilih resign dari kantor dan mendirikan DeumDee Café dimulai sejak 6 Maret 2017 yang bergerak pada bidang kuliner, dengan pilihan menu minuman asal Thailand seperti Thai tea dan Green Tea yang pada saat itu sudah cukup terkenal namun belum terlalu berkembang di Rangkasbitung.

Secara umum DeumDee Café didirikan dengan cita-cita yang luhur oleh pendirinya yang memiliki keinginan untuk membuat sebuah café dengan konsep yang terbilang *instagramable* dan menjadi sebuah tempat yang nyaman untuk berkumpul bersama keluarga dan teman di daerah rangkasbitung.

#### 1.1.2 Daftar Menu

**Tabel 1.1 Daftar Menu Makanan**

No.	Makanan
1	Beef Shoyu Ramren
2	Chicken Katsu Sambal Matah
3	Chicken Katsu Cheese Sauce
4	Chicken Katsu Barbeque Sauce
5	Chicken Katsu Black Pepper Sauce
6	Chicken Katsu Mushroom Sauce
7	Chicken Katsu Thai Sauce
8	Bulgogi

**Tabel 1.2 Daftar Menu Minuman**

No.	Minuman
1	Hot/Cold Thai Tea
2	Hot/Cold Thai Green Tea
3	Hot/Cold Red Velvet

4	Iced Red Velvet Cheese
5	Iced Matcha Cheese
6	Iced Choco Cheese

**Tabel 1.3 Daftar Menu Dessert**

No.	Dessert
1	Croissant with Ice Cream
2	Blueberry Cheesecake
3	Strawberry Cheesecake

### 1.1.3 Desain Logo

Terkait dengan logo dari DeumDee Café yang terlampir pada gambar 1.1

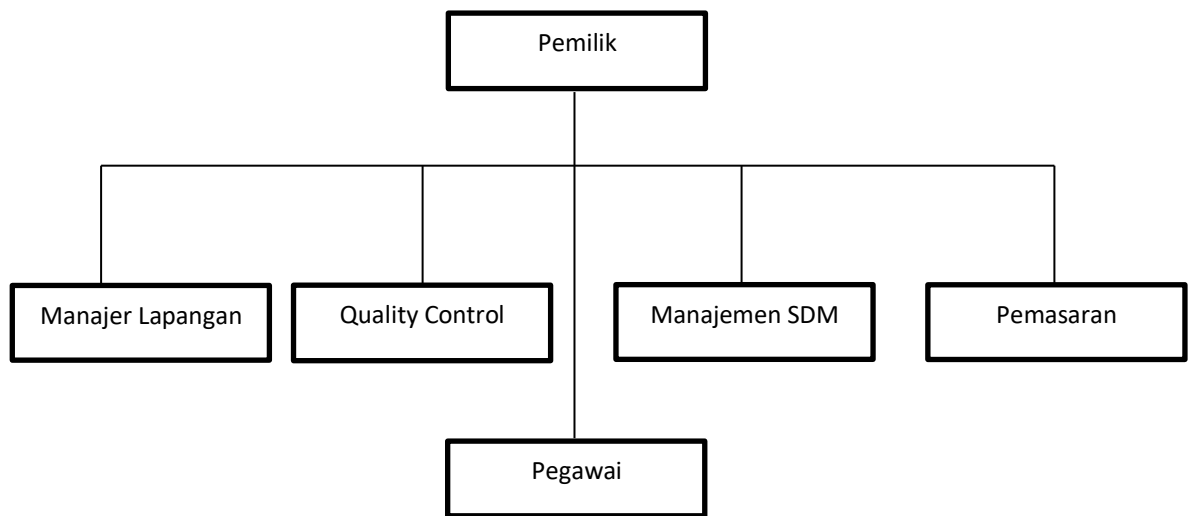


**Gambar 1.1 Logo DeumDee Café**

Menurut pemilik DeumDee Café pada awalnya logo yang digunakan berupa gambar tuk-tuk yaitu alat transportasi khas Thailand. Untuk namanya sendiri DeumDee diambil dari Bahasa Thailand yang berarti minuman bagus.

### 1.1.4 Struktur Organisasi

Dalam sebuah perusahaan terdapat berbagai macam orang dengan karakteristik yang berbeda-beda dan memiliki tanggung jawab yang berbeda pula. Untuk mempermudah karyawan dalam mengetahui terkait kewajiban serta tanggung jawab maka digunakanlah struktur organisasi, selain itu dapat berguna untuk memperlancar serta mensukseskan pelaksanaan tugas-tugas yang diterima agar sesuai dengan jenis pekerjaan yang dilakukan.



**Gambar 1.2 Struktur Organisasi DeumDee Café**

*Sumber: Pemilik DeumDee Café*

#### Deskripsi Kerja

- a. Pemilik Usaha:
  - a) Memegang seluruh kendali aktivitas perusahaan;
  - b) Memegang keuangan perusahaan;
  - c) Pemegang saham.
- b. Manajer Lapangan
  - a) Mengatur ketersediaan bahan baku
  - b) Melihat kelengkapan alat atau bahan baku dapur dan bar
- c. Quality Control
  - a) Menguji kualitas produk makanan/minuman sebelum dimasukkan ke dalam daftar menu;
  - b) Merancang inovasi baru untuk ditambahkan kedalam menu.
- d. Manajemen SDM
  - a) Merekrut pegawai baru;
  - b) Mengatur upah pegawai;
  - c) Mengatur penempatan bagian untuk pegawai.
- e. Pemasaran
  - a) Mempromosikan produk,
  - b) Mengelola sosial media perusahaan,
  - c) Membuat konten untuk memasarkan produk.

f. Pegawai

- a) Melayani pelanggan,
- b) Menyajikan makanan/minuman kepada pelanggan,
- c) Membersihkan lokasi usaha,
- d) Menerima transaksi pembayaran.

## 1.2 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan dan perkembangan industri dalam bidang makanan dan minuman di Indonesia sudah menjadi salah satu yang sangat membantu dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan manufaktur di Indonesia. Sektor industri makanan dan minuman Indonesia saat ini menjadi potensi pertumbuhan ekonomi yang cukup besar dikarenakan sumber daya alam Indonesia yang berlimpah dan permintaan domestik yang tinggi. (pikiran-rakyat.com)

Kementerian Perindustrian mencatat, sumbangan industri makanan dan minuman kepada PDB industri non-migas mencapai 34,95 persen pada triwulan III tahun 2017. Hasil kinerja ini menjadikan sektor tersebut kontributor PDB industri terbesar dibanding subsektor lainnya. Selain itu, capaian tersebut mengalami kenaikan empat persen dibanding periode yang sama tahun 2016. Sedangkan, kontribusinya terhadap PDB nasional sebesar 6,21 persen pada triwulan III/2017 atau naik 3,85 persen dibanding periode yang sama tahun sebelumnya.(kemenperin.go.id)

Pada 2019 sektor makanan dan minuman diyakini terus menjadi primadona, terutama pada sektor industri-industri yang mengembangkan wisata kuliner. Pada 2018 Kementerian Perindustrian (Kemenperin) menyebut sektor makanan dan minuman berhasil menyumbang produk domestik bruto (PDB) nasional sebesar 6,34%. Capaian Kemenperin tersebut naik 0,23% dari tahun 2017 menjadi sebesar 6,21%. kontribusi UMKM di Indonesia mencapai 61,41%, dengan jumlah UMKM hampir mencapai 60 juta Unit pada tahun 2018. Sektor UMKM juga menjadikan salah satu dari beberapa industri yang dapat memerangi pengangguran dan kemiskinan. Pengembangan serta pemberdayaan UMKM adalah langkah strategis dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), terlebih sektor ini memiliki peranan besar dalam menambah lapangan pekerjaan dan mendongkrak perekonomian Indonesia. (Sumber: okezone.com)

Dibanten sendiri khususnya pelaku UMKM di Kabupaten Lebak tahun ke tahun bertambah, sehingga dapat menggulirkan pertumbuhan ekonomi masyarakat

juga penyerapan lapangan pekerjaan. “Di Kabupaten Lebak saat tahun 2018 lalu pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) bertambah mencapai 50.149 unit dari sebelumnya 49.538 unit sehingga menyumbangkan pertumbuhan ekonomi masyarakat di daerah itu. Penambahan pelaku UMKM hasil pendataan tahun 2018 di 28 kecamatan" kata Kepala Seksi Data dan Informasi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Lebak Siti Samsiah di Lebak. (banten.antaranews.com)

Pada saat ini untuk mengadakan kegiatan rapat atau sekedar berkumpul di sebuah warung makan atau minum sudah menjadi hal yang biasa dilakukan di kalangan masyarakat. Sebuah pernyataan lama yang menyebutkan “makan tak makan asalkan ngumpul” sudah mulai sedikit berubah dari maknanya beriringan dengan perubahan gaya hidup masyarakat saat ini.(<https://ekonomi.bisnis.com>)

Di Indonesia sendiri pada umumnya banyak masyarakat yang lebih memilih kafe sebagai alternatif untuk berkumpul di luar rumah. Menurut (Dicky Sumarsono 2015:13) kafe sendiri berasal dari bahasa perancis: *Cafe* yang secara harfiah berarti (minuman) kopi. Namun dalam perkembangannya kemudian menjadi tempat untuk minum-minum yang bukan hanya kopi, juga minuman lainnya yang beralkohol rendah. Di Indonesia, kafe berarti semacam tempat sederhana, cukup menarik untuk makan-makanan ringan. Kafe bisa pula disebut sebagai restoran kecil yang mengutamakan penjualan *cake* (kue-kue), *sandwich* (roti isi), kopi, dan teh.

Dewasa ini banyak permintaan dan perubahan tren yang terjadi pada pilihan menu di setiap kafe. Hal tersebut membuat pertumbuhan usaha pada bidang penyajian makanan dan minuman meningkat pesat di Indonesia. Hal tersebut bisa jadi sebuah ancaman bagi para pelaku usaha yang mengharuskan untuk memaksimalkan kinerja perusahaan dan memiliki kepekaan untuk mengikuti keinginan pelanggan secara terus-menerus agar dapat berkompetisi dalam persaingan pasar, karena dengan kondisi persaingan yang ketat membuat pelanggan rentan berubah-ubah dalam memilih produk dan jasa yang diinginkan. Maka dari hal tersebut penulis melakukan survey terhadap café yang terdapat pada kota Rangkasbitung, dan dapat teridentifikasi bahwa café yang terdapat pada kota Rangkasbitung masih cukup terbilang “Senggang” dari segi persaingan. Dari hal tersebut juga banyak café yang terdapat di Rangkasbitung hanya menawarkan menu dan konsep café yang hampir sama antara satu cafe lainnya.

Pelanggan sendiri menurut Philip Kotler (2000) dalam bukunya *Principles of Marketing* adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh

barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi. Dengan kata lain pelanggan bukan merupakan orang yang tidak tergantung suatu produk, namun sebaliknya produk yang tergantung pada orang tersebut. Maka oleh karena itu pelanggan harus diberi kepuasan ketika menggunakan suatu produk tersebut.

Kepuasan Pelanggan menurut Tjiptono & Diana (2015:17) Kepuasan pelanggan berpandangan bahwa tujuan organisasi hanya tercapai dengan efektif apabila pelanggan puas, pelanggan yang puas berpotensi akan loyal terhadap produk, toko dan penyedia jasa yang sama. Menurut hasil wawancara dengan pemilik DeumDee Cafe, pelanggan banyak mengeluhkan kualitas pelayanan dan harga.

Bersasarkan hal tersebut penulis memutuskan untuk melakukan penelitian yang dilakukan pada DeumDee Café, Rangkasbitung. DeumDee Café sendiri merupakan Café yang cukup dikenal oleh kalangan masyarakat sekitar terutama anak muda yang gemar mengadakan kegiatan seperti mengerjakan tugas bersama atau sekedar berkumpul bersama teman dengan menikmati suasana café yang cukup *instagramable* dengan sajian menu yang berbeda dari café lainnya. Namun disisi lain masih banyak pelanggan yang mengeluhkan perihal keterkaitan dengan kepuasan pelanggan, berdasarkan hasil wawancara terhadap pemilik DeumDee Café menyebutkan bahwa banyaknya keluhan tersebut terdapat pada kualitas pelayanan yang terbilang kurang responsif dan harga yang ditawarkan oleh pihak DeumDee Café terbilang cukup tinggi mengingat pelayanan yang terbilang kurang responsif, selain itu pemilik DeumDee Café pun menyebutkan ingin menjadikan DeumDee Café menjadi yang terbaik dan dapat memenuhi keinginan pelanggan. Selain dari melakukan wawancara dengan pemilik DeumDee Cafe, penulis pun melakukan pra survey yang ditunjukkan kepada 30 responden dengan menggunakan kuesioner guna mendukung hasil wawancara terhadap pemilik DeumDee Cafe. Berikut ini merupakan hasil pra kuisisioner kepuasan pelanggan DeumDee Cafe:

**Tabel 1.4 Hasil pengolahan data kuisisioner pra survey**

No	Pernyataan	Presentase		Total
		Setuju	Tidak setuju	

1	Saya akan berkunjung kembali ke DeumDee Cafe	30%	70%	100%
2	Saya merasa puas ketika berkunjung ke DeumDee Cafe	23.3%	76.7%	100%
3	Saya akan merekomendasikan DeumDee Cafe kepada orang lain	30%	70%	100%
4	Saya akan menjadikan DeumDee Cafe sebagai pilihan pertama	23.3%	76.7%	100%
5	Saya merasa DeumDee cafe sesuai dengan harapan yang saya inginkan	26.7%	73.3%	100%

Berdasarkan tanggapan hasil pra survey pada variabel kepuasan pelanggan DeumDee Cafe masih terbilang belum sepenuhnya baik karena masih ada beberapa pelanggan yang memberikan respon negatif terkait pernyataan kepuasan pelanggan. hal tersebut dapat dilihat dari pernyataan “Saya akan berkunjung kembali ke DeumDee Cafe” dengan hasil setuju 30% dan tidak setuju 70%. “Saya merasa puas ketika berkunjung ke DeumDee Cafe” setuju 23.3%, tidak setuju 76.7%. “Saya akan merekomendasikan DeumDee Cafe kepada orang lain” setuju 30%, tidak setuju 70%. “Saya akan menjadikan DeumDee Cafe sebagai pilihan pertama” setuju 23.3% dan tidak setuju 76.7%. “Saya merasa DeumDee Cafe sesuai dengan harapan yang saya inginkan” setuju 26.7% dan tidak setuju 73.3%. Dari hasil pra survei maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan masih belum merasa puas ketika membeli produk

DeumDee Café, namun dari kuisioner tersebut pada pernyataan “saya akan berkunjung kembali ke DeumDee Café” menunjukkan hasil yang positif, berdasarkan survey yang dilakukan penulis hal tersebut disebabkan karena pada Kota Rangkasbitung hanya terdapat beberapa café yang serupa dengan DeumDee Café.

Dalam menjual produknya Bagi perusahaan dalam bidang penyajian makanan dan minuman, kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang dapat dijadikan indikator kesuksesan salah satunya dalam perusahaan kuliner. Kualitas jasa pada hakikatnya terpusat pada pemenuhan keinginan serta kebutuhan pelanggan agar lebih tepat dan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Semakin ketatnya persaingan perusahaan kuliner saat ini dalam menjual produknya memberikan pengaruh terhadap pandangan bagi kompetitor lainnya untuk terus meningkatkan pelayanan dan harga terjangkau kepada masyarakat agar tertarik akan produk yang ditawarkan perusahaan tersebut. Menurut Sugiarto (2003:39) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Harapan pelanggan tersebut diperoleh dari informasi mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman dimasa lampau serta komunikasi eksternal (segala bentuk iklan dan promosi yang tersedia).

Disamping kualitas pelayanan yang baik maka terdapat pula harga yang baik juga. Saat ini banyak pelanggan yang merasa tidak puas ketika menggunakan, memakai atau mengkonsumsi produk barang atau jasa tertentu. karena terdapat kesenjangan antara harga yang dikeluarkan dengan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Kotler dalam Ancellawati (2000) mengatakan bahwa harga yaitu jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk suatu produk. berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa harga merupakan suatu alat ukur yang terdapat pada suatu produk barang atau jasa.

Berdasarkan penelitian sebelumnya menurut Ari Prasetyo (2012) Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan dan semakin kompetitif harga jasa yang ditetapkan maka semakin meningkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada PT. TIKI Cabang Semarang

Berdasarkan pemaparan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait kualitas pelayanan dan harga pada DeumDee Cafe. Yang dirumuskan



dalam judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pada DeumDee Cafe Rangkasbitung”**.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan DeumDee Cafe?
- b. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada DeumDee Cafe?
- c. bagaimana Kepuasan Pelanggan DeumDee Cafe?
- d. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan DeumDee Cafe secara simultan?
- e. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap DeumDee Cafe secara parsial?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini berdasarkan rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan DeumDee Cafe.
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan DeumDee Cafe.
- c. Untuk mengetahui kpuadan pelangga DeumDee Cafe
- d. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan DeumDee Cafe secara simultan.
- e. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap DeumDee Cafe secara parsial.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak terkait adapun manfaat penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Disamping hal tersebut penelitian ini dimaksudkan pula untuk

memenuhi persyaratan bagi penulis untuk memperoleh gelar sarjana Administrasi Bisnis pada Universitas Telkom.

b. Manfaat Praktis

a) Bagi Perusahaan

Manfaat bagi perusahaan dengan masalah yang ada dapat meningkatkan kinerja perusahaan tersebut dalam aspek kualitas pelayanan serta harga yang ditawarkan guna mendapatkan kepuasan pelanggan.

b) Untuk Mahasiswa Lainnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya agar lebih baik dengan tema yang relevan.

### **1.6 Sistematika Penelitian**

Untuk memberikan gambaran secara garis besar tentang apa yang menjadi isi dalam penulisan ini maka didapatkan rangkaian dan susunan masing-masing bab, sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini dapat diuraikan secara umum dengan ringkas dan padat tentang isi penelitian. Isi bab ini meliputi gambaran umum tentang objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Pada bab ini akan menguraikan tentang konsep produk barang/jasa, kualitas pelayanan dan harga serta kepuasan pelanggan. Berdasarkan konsep tersebut maka dapat dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan rumusan masalah.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini akan menguraikan terkait jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan realibilitas, dan teknik analisis data.