

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

UMKM Kedai Kopi Karel berdiri pada tahun 1990 tepatnya di daerah Dusun Pintu Besi Desa Lau Rakit, Kab Deli Serdang, Sumatera Utara. Awal mulanya UMKM ini berdiri karena seorang lelaki yang tidak melanjutkan pendidikannya dan lebih memilih membangun sebuah usaha kecil-kecilan. Beliau mendirikan usaha kedai kopi karena banyak pertimbangan yaitu di daerah tersebut masih sedikit terdapat kedai kopi sedangkan penduduk asli di daerah tersebut lumayan ramai, dan banyak juga warga pendatang atau warga dari daerah lain yang berkunjung ke daerah itu. Dengan banyak pertimbangan akhirnya eliau membangun UMKM kedai kopi karel.

Kedai Kopi Karel yang awalnya dibangun dengan kecil-kecilan dan hanya menyediakan minuman kopi dan teh yang lebih mendominasi kepada orangtua atau laki-laki diatas umur 17 tahun. Seiring berjalannya waktu, kedai kopi tersebut mengalami peningkatan setiap tahun. Hingga sampai saat ini Kedai Kopi Karel tersebut sudah memiliki banyak produk yang dijual dan bukan hanya tentang minuman, tetapi juga bahan sembako juga ada seperti toko grosir.

Didirikannya kedai kopi karel membuat daerah tersebut semakin ramai dan mendapat keuntungan yang lumayan besa. Kedai kopi tersebut juga memudahkan masyarakat sekitar atau tamu yang lain mendapatkan kebututuhan rumah tangga mereka tanpa perlu pergi jauh ke pasar. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM tersebut, Kedai kopi karel memiliki prinsip “**yang pertama dan utama adalah pelayanan**” jadi dari prinsip tersebut diketahui bahwa pelayanan yang diberikan oleh kedai kopi karel menjadi kekuatan utama dalam melakukan strategi pemasaran. Saat ini Kedai Kopi Karel hanya berfokus pada pelayanan mereka untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasar yang dari awal telah dibentuk.

Karyawan di Kedai Kopi ini kini berjumlah 2 orang yg memiliki tugas masing-masing. Dulu kedai kopi ini hanya memiliki beberapa menu minuman. tetapi seiring berjalannya waktu kedai kopi karel ini memiliki beragam menu bukan hanya kopi yg tersedia, menunya antara lain mirip kopi tubruk, kopi cantik, kopi susu, teh manis panas & dingin, teh susu panas & dingin, cappuccino, kopimix, kini telah berkembang serta banyak menu tambahan. Berikut merupakan gambar dari Kedai Kopi Karel pada gambar 1.1:



Gambar 1. 1 Kedai Kopi Karel

Sumber: Olahan Data Peneliti (2022)

1.2. Latar Belakang

Perkembangan zaman dan teknologi sangat berpengaruh terhadap kondisi usaha saat ini, pesatnya teknologi membuat pangsa pasar bebas meningkat dan ditandai dengan kompetisi ketat diantara pasar lokal maupun internasional. Dalam suatu perusahaan kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting dimana dalam prosesnya, kualitas perusahaan dipengaruhi oleh kepuasan konsumen. Suatu perusahaan dikatakan maju dan berkembang ketika konsumen memberi hal atau feedback positif ke perusahaan tersebut.

Keberhasilan suatu perusahaan akan bergantung pada bagaimana mereka mengendalikan pasar bebas tersebut dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Meningkatnya pasar bebas tentu mempengaruhi daya saing yang sangat kuat, karena dimana dalam pasar bebas siapa yang kuat itu yang akan bertahan sedangkan yang lemah akan tersisihkan khususnya dalam UMKM. Banyak pemilik UMKM yang gagal dan berhasil dalam membangun usaha mereka.

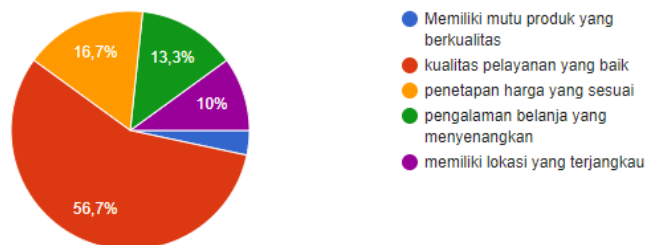
Penelitian dengan cara survey ini dilakukan pada sebuah UMKM kedai kopi yang sangat menarik perhatian penulis. UMKM tersebut memiliki ciri khas yang bisa dibedakan dengan kedai kopi di sekitar daerah tersebut. Kedai kopi ini memiliki strategi yang membuat para konsumen merasa puas ketika sedang berkunjung dan pelayanan yang diberikan juga mendapat penilaian bagus dari konsumen. Dalam mendirikan sebuah usaha, pelayanan karyawan merupakan sesuatu hal yang sangat penting untuk mendapat perhatian positif dari masyarakat setempat, terlebih ketika tinggal di daerah seperti pedesaan.

Usaha ini berawal dari seorang pria yang tidak mau melanjutkan Pendidikan sehingga orang tuanya memberi modal usaha. Pria ini membangun sebuah usaha kedai kopi yang awalnya sangat sederhana dan kedai ini dulunya hanya ada satu di daerah tersebut. seiring berjalannya waktu banyak yang mendirikan usaha yang sama dengan kedai kopi ini dan akhirnya banyak pesaing yang muncul. Pada saat munculnya pesaing-pesaing yang lain, kedai kopi ini memiliki penurunan penjualan hingga beberapa saat setelah itu pemilik kedai kopi ini memiliki strategi untuk memajukan usahanya. Beliau yang memiliki pemikiran visioner melakukan perbaikan kualitas pelayanan terhadap para konsumen.

Beliau membuka lowongan kerja bagi yang ingin bekerja di kedai kopi tersebut dengan beberapa syarat, seperti mudah senyum, ramah,jujur, bisa berkomunikasi dengan baik dan sopan serta bisa mengontrol emosi dengan baik. Kedai kopi ini mengutamakan kualitas pelayanan terhadap konsumen sehingga membuat konsumen yang sedang berkunjung merasa nyaman dan puas.

Pemilik usaha kedai kopi lebih memilih memperbaiki kualitas pelayanan karena menurut beliau pelayanan adalah hal utama yang bisa menarik perhatian pengunjung atau konsumen dan akan lebih bernilai bagus dimata masyarakat. Itulah yang menjadi budaya pada usaha tersebut. Dari beberapa pelanggan kedai kopi karel yang berhasil di interview, dari 10 pelanggan ada sekitar 7 pelanggan yang memberikan jawaban bahwa kedai kopi karel bagus dalam hal melayani pelanggan. Hal ini membuat para konsumen ingin melakukan pembelian ulang. Hal ini yang membuat peneliti ingin melakukan survey ke kedai kopi tersebut untuk mendapat hasil apakah pelayanan kedai kopi karel baik atau tidak.

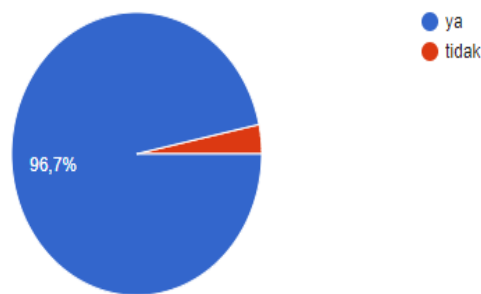
Dalam kegiatan membangun usaha seperti UMKM memiliki banyak rintangan dan tantangan yang dihadapi serta banyak taktik dan strategi yang digunakan untuk menarik perhatian konsumen, seperti ada beberapa faktor yang harus diketahui dan untuk mencapai kepuasan pelanggan yaitu: kualitas produk yang akan ditawarkan, kualitas harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan pengalaman yng menyenangkan sang konsumen dalam berbelanja. Untuk itu, sebelum melakukan survey penelitian, peneliti melakukan pra-survey terlebih dahulu untuk mendukung data penelitian ini. Berikut dapat dilihat pada gambar 1.2:



Gambar 1. 2 Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan(%)

Sumber: Olahan Peneliti (2022)

Gambar 1.2 menyatakan bahwa faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan kedai kopi karel sebesar 56,7% ada pada faktor kualitas pelayanan yang baik. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa kedai kopi karel berhasil memberikan dan menerapkan prinsip mereka dimana pelayanan itu harus yang utama dan terutama.



Gambar 1. 3 Pelayanan karyawan sesuai harapan konsumen (%)

Sumber : Olahan peneliti (2022)

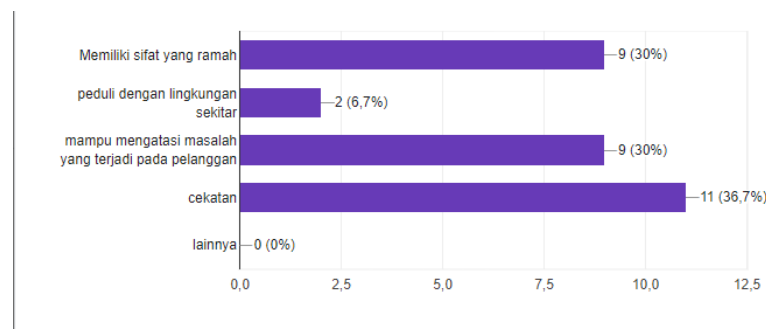
Gambar 1.3 menunjukkan bahwa dalam 30 responden hampir semua merasakan pelayanan karyawan kedai kopi karel sesuai harapan mereka. Kualitas pelayanan merupakan suatu profit strategi untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang terdapat, menghindari berpindahnya konsumen dan membentuk keunggulan khusus. Menurut (Suryani, 2017) Kualitas Pelayanan adalah suatu kemampuan dalam membuat dan memberikan produk berupa barang atau jasa yang memiliki manfaat sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.

Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi perjuangan buat mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang dibutuhkan. Keinginan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan menyampaikan harapan lebih serta kebalikannya. Menggunakan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak pribadi kepuasan konsumen akan terwujud.

Kepuasan pelanggan ialah suatu tingkatan dimana kebutuhan, Cita-cita serta harapan berasal pelanggan bisa terpenuhi yang akan menyebabkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yg berlanjut. Semakin terpenuhi keinginan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah perjuangan wajib mempunyai taktik-seni manajemen pada menjualkan makanannya,

Menurut Richard L. Oliver dalam Tjiptono, F & Diana, A (2018) kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau tidak senangnya pelanggan dari suatu jasa atau hasil yang diterima dengan yang diharapkan. Perbandingan kualitas layanan yang dialami serta diharapkan pembeli lebih kecil yang diharapkan dari keinginannya, maka terjadi ketidakpuasan.

Dengan demikian konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka dia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang. Sebagai seorang konsumen ada beberapa faktor yang bisa mempengaruhi dan menjadi harapan konsumen dalam pelayanan karyawan seperti memiliki pelayanan yang ramah, bersedia dan mampu mengatasi masalah yang terjadi pada konsumen, pelayan peduli atau tidak terhadap lingkungan sekitar mereka, dan mereka cekatan atau tidak. Jadi dalam penelitian ini, peneliti juga mengadakan pra-survey untuk mengetahui indikator mana yang membuat konsumen puas dengan pelayanan Kedai Kopi Karel.



Gambar 1. 4 Faktor kepuasan konsumen terhadap pelayanan Kedai Kopi Karel (%)

Sumber : Olahan peneliti (2022)

Gambar 1.4 menunjukkan bahwa dalam 30 responden, 11 orang atau dalam persentase terdapat sebesar 36,7% pelanggan merasa puas dengan pelayan yang cekatan atau tidak bertele-tele yang diberikan oleh karyawan kedai kopi karel. Sedangkan 30% merasa puas karena pelayanan karyawan memiliki sifat yang ramah, 30% lagi memilih merasa puas karena mampu mengatasi masalah yang terjadi pada pelanggan serta 6,7% merasa puas karena karyawan yang peduli terhadap lingkungan sekitar.

Jadi dari data tersebut sudah diketahui bahwa indikator yang paling disenangi oleh konsumen adalah pelayanannya cekatan yang artinya tidak lama dalam pemrosesan produk atau masalah pada konsumen.

Bukan hanya menjual minuman saja tetapi di kedai kopi ini juga menjual makanan ringan, bahan sembako, dan juga perlengkapan rumah lainnya. Selain menu dan produk lainnya yg beragam, fasilitas disini juga dilengkapi menggunakan *free wifi* dan tempatnya juga nyaman dan sejuk sebab masih dikelilingi sang pepohonan walaupun dekat dengan jalan raya. Pihak manajemen dari kedai kopi ini berusaha buat memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen berasal segi kualitas pelayanan.

Pemilik Kedai Kopi Karel mengatakan saat ini kedai kopi ini mengalami peningkatan jumlah konsumen setiap tahun. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik kedai kopi karel kemajuan kedai kopi karel memiliki beberapa faktor, salah satunya adalah pelayanan karyawan. Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Kedai Kopi Karel Terhadap Kepuasan Pelanggan”**.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pelayanan di Kedai Kopi Karel?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan di Kedai Kopi Karel?
3. Bagaimana pengaruh pelayanan Kedai Kopi Karel terhadap kepuasan pelanggan?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pelayanan di Kedai Kopi Karel
2. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan di Kedai Kopi Karel
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan Kedai Kopi Karel terhadap kepuasan pelanggan

1.5. Manfaat Penelitaan

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman penulis mengenai masalah yang diteliti yang berhubungan dengan pelayanan karyawan dan kepuasan konsumen.

2. Bagi Program Studi Administrasi Bisnis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi program studi dan memberikan informasi tambahan yang berguna bagi mahasiswa dalam melakukan penelitian dengan objek maupun masalah yang sama dan mengembangkan di masa yang akan datang.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan akan menjadi masukan untuk membantu pihak manajemen dalam meningkatkan pengendalian eksternal yang mempengaruhi persepsi konsumen dan menambah siklus pendapatan perusahaan

1.6. Rencana Kegiatan

Rencana kegiatan yang akan dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah dengan berdasarkan kajian teori-teori para ahli dan dilakukan dengan pengumpulan data secara kuantitatif. Rencana peneliti dalam melakukan penelitian ini dengan tahapan observasi ke lapangan, melakukan interview dan memberi kuesioner kepada pelanggan. Peneliti akan menguji hasil penelitian dengan cara melakukan pengujian regresi dari data penelitian.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan dengan ringkas teori-teori yang relevan dengan permasalahan yang dibahas dan juga disertai kerangka berpikir. Bab ini terdiri dari tinjauan pustaka penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang menjawab rumusan masalah. Bab ini terdiri dari jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil penelitian pembahasan yang diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Bab ini terdiri dari karakteristik responden, hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah peneliti buat dan juga saran untuk menjelaskan tentang alternatif dan solusi pemecahan masalah.