

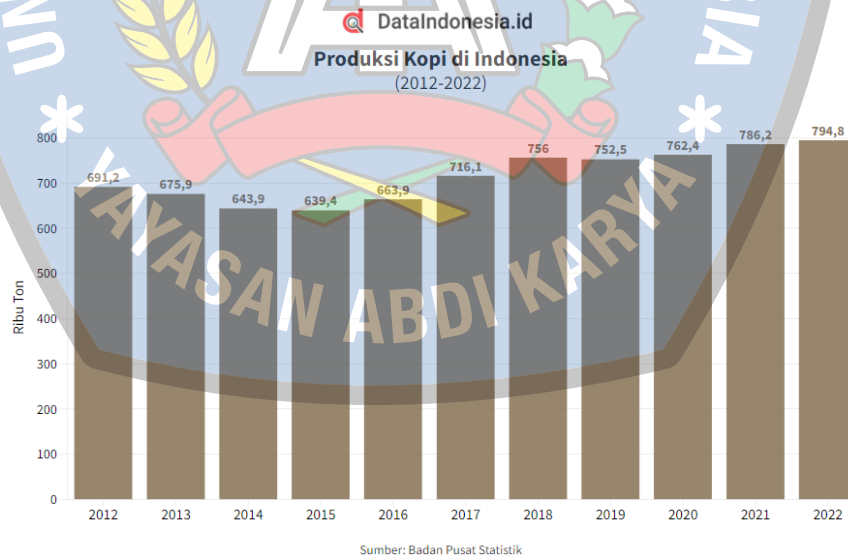
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kopi telah menjadi minuman yang sangat populer di seluruh dunia, termasuk di Indonesia sendiri. Bahkan hingga akhir tahun 2021, Indonesia masuk dalam daftar negara dengan konsumsi kopi tertinggi ke-5 di dunia. Selain itu, menurut laporan Badan Pusat Statistik, produksi kopi Indonesia tercatat meningkat 1,62% atau setara dengan 794,8 ribu ton. Hal ini menunjukkan bahwa industri kopi terus berkembang dan memiliki potensi besar bagi perekonomian Indonesia.

Gambar 1.1 Data Produksi Kopi Di Indonesia



Berdasarkan tabel 1.1 di atas, setiap tahunnya produksi kopi di Indonesia selalu meningkat, yang artinya permintaan konsumen dalam mengkonsumsi kopi domestik Indonesia ikut meningkat juga. Peningkatan permintaan ini didorong oleh

generasi milenial (anak muda) yang beralih dari teh ke kopi. Seperti yang kita tahu, bisnis kedai kopi di Indonesia memang sedang booming dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini pula dibuktikan dengan semakin banyaknya kedai kopi di Indonesia.

Menurut data riset yang dirilis Toffin tercantum kedai modern, jumlah kedai kopi di Indonesia mencapai lebih dari 2.950 pada tahun 2019, bertambah hampir tiga kali lipat dari yang hanya sekitar 1.000 di tahun 2016. Dan apresiasi yang baru ditemukan untuk kopi yang diproduksi secara lokal. Kopi dipastikan akan terus berkembang di Indonesia seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen. Kebutuhan konsumen saat ini tidak hanya sebatas minum kopi, melainkan menjadi tempat bersantai dan bercengkerama dengan rekan kerja dan keluarga. Artinya, bisnis kedai kopi akan terus berkembang di tahun 2023. (Sumber: regional.co.id)

Sepanjang tahun belakangan hingga saat ini mudah sekali kita temui Kedai Kopi atau Coffee Shop di setiap penjuru kota khususnya Daerah Ibukota Jakarta sendiri. sehingga menjadi semakin ketat Persaingan bisnis yang ada terutama persaingan para pengusaha coffee shop, membuat para pengusaha semakin perlu untuk lebih gesit menarik konsumen, dan kebiasaan nongkrong atau berkumpul di coffe shop sudah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia, baik dari pelajar maupun orang dewasa. hal itu tak luput karena fasilitas yang disediakan mencukupi kebutuhan para pengunjung, juga dengan Lokasi yang mudah dijangkau dan tempat yang disajikan oleh pelaku bisnis Coffee Shop, serta mempunyai desain ruang yang estetik dan instagramable yang bisa membuat daya tarik tersendiri para calon konsumen untuk berkunjung dan menghabiskan waktu di tempat tersebut.

Karena dunia bisnis saat ini sangat kompetitif. Dengan semakin banyaknya pesaing, hal ini menuntut pelaku usaha untuk memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta harus berusaha semaksimal mungkin untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Seperti yang tahu bahwa kepuasan konsumen adalah kunci agar bisnis tetap berjalan lancar dan tetap terus berdirinya sebuah usaha.

Oleh karena itu, munculnya dan berkembangnya berbagai strategi pemasaran tidak terlepas dari persaingan yang ketat. Banyaknya kedai kopi di wilayah Jakarta sendiri dapat memudahkan konsumen untuk berpindah dari satu coffee shop ke coffee shop lain yang menurut mereka lebih baik dan nyaman, oleh sebab itu para pengusaha harus lebih teliti untuk mengamati peluang pasar yang ada serta membangun rasa kepuasan kepada konsumen supaya mempertahankan konsumen yang ada agar tidak beralih ke kompetitor.

Salah satu yang menjadi bahan pertimbangan terhadap strategi pemasaran yang harus dimiliki oleh para pengusaha Coffee Shop antara lain yaitu konsumen akan mempertimbangkan kualitas pelayanan yang baik, ketersediaan fasilitas yang memadai, yang pasti akan membuat konsumen merasa lebih nyaman. Fasilitas yang baik dan memenuhi kebutuhan konsumen akan menjadi pertimbangan utama saat memilih tempat. Jika konsumen puas maka besar kemungkinan untuk membeli atau berkunjung dan membeli secara berulang, juga akan memberikan referensi kepada orang lain untuk berkunjung ke tempat tersebut. Namun, jika fasilitas kurang lengkap, tidak menutup kemungkinan konsumen akan pindah ke coffee shop lain karena mereka merasa tidak puas dengan fasilitasnya, sehingga mereka lebih nyaman membeli atau berkunjung di coffee shop lain.

Tampebako Coffee ini berlokasi di Ulujami pesangrahan ini merupakan usaha di bidang kuliner yang bukan hanya menjual minuman coffee tetapi juga berbagai makanan berat seperti chicken katsu juga menjual aneka cemilan seperti donat, pisang goreng, cireng dan kentang goreng. serta minuman baik itu yang berbau coffee atau yang non coffee seperti minuman yang berbahan dasar teh atau buah – buahan.

Tabel 1.1 Hasil Pra Survey Kepuasan Konsumen

No	Pertanyaan Pra Survey	Sesuai / Puas	Tidak Sesuai / Puas
1	Apakah lokasi Tampebako Coffee sudah sesuai dengan harapan ?	58,5%	41,5%
2	Apakah suasana dalam Tampebako Coffe sesuai dengan harapan saudara ?	84,9%	15,1%
3	Apakah fasilitas yang di sediakan sudah sesuai dengan kebutuhan saudara ?	71,7%	28,3%

Sumber: Hasil Pra Survey Konsumen Tampebako Coffee

Pada survey yang dilakukan yang mendasari kepuasan konsumen untuk mengunjungi Tampebako Coffee dari Lokasi, *Store Atmosphere* dan fasilitas. Hasil dari pra survey yang telah dilakukan dari 50 responden, bahwa dari data diatas menyatakan faktor pertama yang menyebabkan rendahnya kepuasan konsumen adalah lokasi, Lokasi sangat penting untuk keberhasilan bisnis; lokasi akan menunjukkan seberapa beradaptasi suatu jasa. Oleh karena itu, keputusan tentang lokasi dapat mempengaruhi proses keputusan berkunjung.

Dari hasil pra survey lokasi yang terjadi pada Tampebako Coffee masih terdapat penilaian konsumen yang tidak sesuai dengan harapan sebesar 41,5%

responden. Diduga antara lain lokasi yang kurang strategis serta minimnya lahan parkir.

Hal ini mendukung temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan (Dewi et al., 2019) Hasil penelitian menunjukkan Lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Namun berbeda dari penelitian yang dilakukan (Mariska Iskandarsyah & Utami, n.d.) Lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Salah satu faktor lainnya yaitu *Store atmosphere* (suasana toko), suasana toko yang indah dipandang dan nyaman juga sangat penting dimiliki sebuah toko untuk membuat para calon konsumen merasa tertarik untuk datang berkunjung. Jika toko memiliki suasana yang lebih nyaman, konsumen akan lebih puas dan akan kembali untuk berkunjung.

Dari hasil pra survey *Store Atmosphere* masih terdapat penilaian konsumen yang tidak sesuai harapan sebesar 15,1% responden. Hal ini diduga karena ketidadaannya kanopi (atap) untuk berteduh disaat panas atau hujan turun.

Ini mendukung penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh (Dewi et al., 2019) Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Salah satu faktor lainnya yaitu Fasilitas, fasilitas yang dapat didefinisikan sebagai peralatan fisik atau perlengkapan yang diberikan oleh penjual untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.

Dari hasil pra survey Fasilitas masih terdapat penilaian konsumen yang tidak sesuai harapan sebesar 28,3% responden. Hal ini diduga karena kelengkapan fasilitas seperti asbak, tisu atau wifi tidak tersedia.

Ini mendukung penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh (Gustomo & Wahyuni, 2022) berdasarkan hasil penelitian bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Seperti yang kita ketahui kepuasan konsumen tidak begitu saja mudah dibangun, Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai tingkat di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat dipenuhi, yang menghasilkan pembelian ulang atau kesetiaan yang lebih lama. Semakin banyak kebutuhan konsumen dipenuhi, maka semakin puas konsumen.

Bisnis kuliner semakin berkembang di hampir semua kota di seluruh negeri, yang membuat para pesaing berlomba-lomba untuk membangun bisnis mereka. Agar bisnis kuliner dapat tetap ada atau meningkatkan jumlah konsumen, sebagai contoh, Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau, Fasilitas yang memadai, dan *Store Atmosphere* yang nyaman harus diberikan. Untuk itu diperlukan strategi agar dapat tetap bersaing dengan kompetitor.

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian salah satu coffee shop yang bernama Tampebako Coffee yang berada di Ulujami Pesanggrahan Jakarta selatan. merupakan salah satu Coffee Shop yang cukup ramai diminati muda mudi. Peneliti ingin melakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen pada Tampebako Coffe dalam hal ini yang menjadi fokus peneliti yaitu berdasarkan Lokasi, *Store Atmosphere* serta Fasilitas.

Berdasarkan fenomena masalah di latar belakang dan hasil survey secara langsung peneliti ke tempat yang ingin di teliti memutuskan untuk mengambil

penelitian ini dengan judul: **“Pengaruh Lokasi, *Store Atmosphere* Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Tampebako Coffee”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Lokasi, *Store Atmosphere* Dan Fasilitas Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Di Tampebako Coffee?
2. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Tampebako Coffee?
3. Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Tampebako Coffee?
4. Apakah Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Tampebako Coffee?

C. Tujuan dan Manfaat penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- a) Untuk mengetahui pengaruh Lokasi, *Store Atmosphere* dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Tampebako Coffee.
- b) Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Tampebako Coffee.
- c) Untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen pada Tampebako Coffee.

- d) Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Tampebako Coffee.

2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini akan memberikan data dan pengetahuan tentang beberapa komponen yang dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen, seperti Lokasi, *Store Atmosphere*, dan Fasilitas. Hasilnya akan dapat digunakan sebagai pedoman untuk Tampebako Coffee.

b. Manfaat Praktis

- 1) Untuk perusahaan, penelitian diharapkan dapat menjadi masukan dalam meningkatkan kepuasan konsumen di masa mendatang.
- 2) Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya mengenai variabel-variabel yang berkaitan dengan topik ini.
- 3) Bagi penelitian selanjutnya: Penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai referensi untuk penelitian tambahan tentang subjek ini.