

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kopi merupakan minuman berenergi yang digemari orang tua kita sejak jaman dahulu, namun kini kopi sudah bisa dinikmati oleh berbagai macam kalangan seperti anak-anak, remaja, dewasa, maupun orang tua. Di dalam industri F&B terutama di bidang kopi saat ini sedang berkembang pesat dan memiliki kemajuan dan perubahan dari segi bisnis maupun industri tersebut. Saat ini banyak tempat-tempat kopi dari kalangan menengah ke bawah hingga keatas yang berlomba-lomba dalam persaingan pasar. Setiap tempat memiliki daya tariknya masing-masing, keunikan dan kelebihan dari masing-masing harga, produk, jasa dan tempat usaha tersebut yang akan membuat daya tarik terhadap pelanggan.

Hal tersebut dapat menjadi ancaman, dengan maraknya perkembangan produk dan daya tarik tiap tempat usaha kopi akan membuat persaingan semakin ketat dalam bidang tersebut. Persaingan ini menuntut para pelaku usaha untuk mampu menentukan harga yang tepat, memaksimalkan kualitas produk dan juga kualitas pelayanan tempat usaha mereka dalam menghadapi persaingan yang ada agar dapat bersaing di pasar. Untuk mengatasi hal tersebut maka pelaku usaha harus memiliki strategi pemasaran yang kuat dalam memasarkan produk barang dan jasanya sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis.

Saat ini persaingan bisnis memang semakin ketat, sehingga harus dihadapi dengan cara yang sehat dan sesuai dengan peraturan yang ada. Adanya pesaing atau kompetitor dalam sebuah bisnis merupakan hal yang normal. Yang perlu dilakukan dalam memenangkan persaingan adalah berpikir dan melakukan strategi khusus agar pelanggan dapat beralih menggunakan produk Anda ketimbang kompetitor. Ada beberapa strategi bisnis yang efektif yang bisa Anda lakukan untuk dapat memenangkan persaingan dengan mudah.

Pelaku usaha warung kopi harus mempunyai cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya. Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya mempengaruhi tujuan para pelaku usaha yaitu memperoleh profit. Misalnya dengan faktor harga, Pelanggan cenderung akan memilih perusahaan yang menawarkan produk dengan harga yang relatif lebih murah. Karena demikian salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat pelanggan adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Selain harga yang relatif murah, kualitas produk dan kualitas pelayanan juga sangat mempengaruhi keberhasilan dan kemajuan suatu usaha bisnis. Pentingnya pelanggan dipuaskan dengan memberikan harga yang relatif murah dan kualitas produk dan pelayanan yang baik. Artinya, memberikan kinerja yang sesuai atau melebihi harapan pelanggan dengan tujuan untuk mendapatkan para pelanggan yang setia sehingga memberikan manfaat yang tinggi bagi perusahaan.

Selain itu banyak pelaku usaha di bidang kopi yang lebih mendalami bidangnya demi mendapatkan kualitas produk yang terbaik dan menjadi *speciality coffeeshop*. Para pelaku usaha berlomba-lomba untuk meningkatkan *quality control*-nya dimulai dari sejak proses pasca panennya, meng sangrai biji kopi nya, sampai kualitas biji kopi yang sudah di sangrainya apakah biji kopi tersebut masih dalam tahapan resting (pengistirahatan biji kopi setelah disangrai) atau sudah melewati tahapannya. Semua perilaku pengusaha kopi itu dilakukan agar bisa lebih memuaskan lidah pelanggan terutama para pecinta kopi. Para pelaku usaha terutama bidang kopi akan memaksimalkan biji kopi di tempat usahanya demi mendapatkan kualitas yang terbaik, biji kopi akan disajikan ketika sudah dalam tahapan peak (masa keemasannya) dengan begitu pelanggan akan mendapatkan rasa dari produk yang berkualitas baik. Kopi pilihan dengan kualitas terbaik akan membuat kesan yang baik juga terhadap pelanggan tersebut.

Namun permasalahan belakangan ini penjualan pada warung kopi Doa Ibu sedang mengalami masalah sehingga terjadinya penjualan yang tidak sempurna. Hal ini dikarenakan oleh masalah pada saat pandemic dengan PSBB yang diatur oleh pemerintah sehingga dapat menimbulkan kebangkrutan di warung kopi Doa Ibu Depok. Penjualan yang seharusnya 100% dan sesuai dengan target yang diatur oleh perusahaan sebesar Rp.20.000.000 per bulan ,kini sangat jauh dari target.

Awal bulan September 2020 sampai dengan Juli 2021 sangat menurun drastis, Berikut akan di tampilkan data pendapatan warung kopi Doa Ibu.

Tabel 1.1 Pendapatan 1 tahun warung kopi Doa Ibu.

BULAN	PENJUALAN	TARGET	OMZET
September 2020	Rp. 19.220.000	Rp. 20.000.000	TIDAK TERCAPAI
Oktober 2020	RP. 18.508.000	Rp. 20.000.000	TIDAK TERCAPAI
November 2020	RP. 20.540.000	Rp. 20.000.000	TERCAPAI
Desember 2020	RP. 24.386.000	Rp. 20.000.000	TERCAPAI
Januari 2021	RP. 23.739.000	Rp. 20.000.000	TERCAPAI
Februari 2021	RP. 17.856.000	Rp. 20.000.000	TIDAK TERCAPAI
Maret 2021	RP. 20.410.000	Rp. 20.000.000	TERCAPAI
April 2021	RP. 16.415.000	Rp. 20.000.000	TIDAK TERCAPAI
Mei 2021	RP. 15.529.000	Rp. 20.000.000	TIDAK TERCAPAI
Juni 2021	RP. 14.808.000	Rp. 20.000.000	TIDAK TERCAPAI
Juli 2021	RP. 12.210.000	Rp. 20.000.000	TIDAK TERCAPAI

Sumber : Warkop Doa Ibu, diolah penulis 2021

Dalam tabel diatas dapat diketahui bahwa penjualan warung kopi Doa Ibu mengalami penurunan semenjak dikeluarkannya peraturan pemerintah yaitu PSBB-PPKM pada kisaran tahun 2020-2021. Hal ini dapat dilihat dari penjualan bulan April 2021 yang sebesar Rp.16.415.000 tidak mencapai target yaitu Rp. 20.000.000 dan mengalami penurunan kembali berulang sampai bulan Juli 2021 yang hanya memiliki pendapatan sebesar Rp. 12.210.000 hal tersebut menjadi sangat berdampak terhadap usaha warung kopi Doa Ibu. Warung kopi Doa Ibu mengalami masalah faktor yang tidak berjalan semestinya, membuat perusahaan mengalami penjualan yang tidak maksimal, hal tersebut menjadi pertimbangan perusahaan apa indikasi yang menyebabkan penjualan menurun secara berkala.

Kotler dan Amstrong (2012) mendefinisikan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada suatu pasar untuk diperhatikan, akuisisi,

penggunaan, atau konsumsi yang mungkin memenuhi keinginan atau kebutuhan. Kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan pelanggan setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan pelanggan terhadap suatu produk akan terpenuhi. Kualitas produk merupakan faktor penting yang berpengaruh dalam penciptaan kepuasan pelanggan. Menurut Hidayat (2009), dalam Muhammad RP., dkk (2019).

Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan dimana kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan adanya kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik dan didukung dengan strategi penetapan harga yang mampu bersaing (kompetitif) tentunya juga akan mempengaruhi rasa kepercayaan pelanggan. Kepercayaan timbul dari suatu produk yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai. Apabila kepercayaan sudah terjalin di antara pelanggan dan perusahaan maka usaha untuk membinanya tentu lebih mudah.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Band, 1991). Kepuasan pelanggan dikarenakan produk atau jasa yang ia dapat dari perusahaan dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan. Dengan melihat pentingnya kepuasan pelanggan terhadap Warung Kopi Doa Ibu, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PRESEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN WARUNG KOPI DOA IBU”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah – masalah sebagai berikut :

1. Apakah Presepsi Harga Produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan warung kopi doa ibu Depok?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan warung kopi doa ibu Depok?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan warung kopi doa ibu Depok?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada warung kopi Doa Ibu di Depok.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada warung kopi Doa Ibu di Depok.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada warung kopi Doa Ibu di Depok.

2. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan apa yang diteliti oleh karya ilmiah ini, adapun beberapa manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak pelaku usaha dan pengelola, hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan salah satu acuan dalam pertimbangan untuk strategi bisnis kedepan. Agar dapat menentukan langkah dan kebijakan yang diambil selaku pelaku usaha demi memaksimalkan usahanya dalam memuaskan pelanggan.
2. Bagi peneliti lain semoga penelitian ini dapat dijadikan salah satu contoh penelitian dan memberikan pengetahuan untuk penelitian pada

bidang manajemen pemasaran terutama yang menyangkut dengan kepuasan pelanggan.

3. Bagi peneliti penelitian diharapkan peneliti mendapatkan wawasan dan ilmu yang lebih mendalam tentang bagaimana pengaruhnya harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan agar bisa diterapkan dalam dunia bisnis kedepannya.

