

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada abad ke-21, bisnis telah maju dengan sangat cepat dan terus mengalami perubahan. Contoh pergeseran ini termasuk kemajuan teknologi dan cara hidup, yang keduanya tidak dapat dipahaminya secara terpisah dari gelombang globalisasi saat ini. Sektor makanan dan minuman atau restoran merupakan perusahaan yang potensial. Karena fakta sifat manusia yang tak terbantahkan ini, industri restoran memiliki masa depan yang cerah. Motivasi utama untuk memulai sebuah perusahaan adalah untuk memaksimalkan keuntungan. Salah satunya adalah bisnis kuliner menjadi pilihan masyarakat dengan alasan menjalankan bisnis menjadi lebih mudah dilakukan dibandingkan dengan bisnis lainnya. Selanjutnya, bisnis kuliner juga banyak digeluti diminati oleh masyarakat karena tidak memerlukan biaya modal yang besar dan dapat dilakukan oleh semua kalangan. Di era globalisasi, dimana segala sesuatu dituntut serba mudah, dan perubahan pasti lebih cepat Pradini, G., Febrianti, N. A., & Kusumaningrum, A. P. (2022).

Orang-orang di Indonesia semakin memilih untuk menghabiskan waktu luang mereka di kafe dan bisnis makanan cepat saji. Secara umum disepakati bahwa kafe dan restoran cepat saji mampu menyediakan lingkungan tenang yang diperlukan untuk makan dan minum. Kafe menyediakan tempat yang bagus untuk bersantai dengan orang-orang terkasih, berjejaring dengan rekan kerja, atau sekadar menikmati waktu tenang sendirian. Oleh karena itu, menggurui kafe dan restoran cepat saji adalah praktik atau kegemaran yang umum di kalangan remaja dan dewasa saat ini. Dalam industri perhotelan, suatu produk atau jenis makanan yang disajikan harus memiliki manfaat dan variasi rasa, variasi, menu, atau dari suasana restoran itu sendiri agar restoran tersebut lebih menarik bagi calon pelanggan. Pendapatan restoran dapat memperoleh keuntungan dari perencanaan menu yang kreatif, harga yang kompetitif, dan suasana yang menyenangkan.

Dari sudut pandang konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat maka nilainya akan meningkat pula. Secara teoritis, pembeli cenderung tidak membeli sesuatu jika harganya lebih tinggi. Selain itu, penurunan kuantitas barang yang terjual terjadi bersamaan dengan penurunan minat konsumen untuk membeli suatu produk. Akibatnya, pilihan untuk membeli akan kurang menguntungkan semakin tinggi harganya. Sebaliknya, jika harga lebih rendah, penjualan produk akan meningkat. (2018). Suparman, H. D. Harga telah berkembang menjadi faktor signifikan yang dapat mempengaruhi pembelian, sehingga kualitas produk dapat ditentukan oleh harga.

Adapun faktor penting lainnya yang menjadi pilihan konsumen adalah variasi menu yaitu merupakan kumpulan dari berbagai daftar makanan atau minuman yang ada pada sebuah tempat makan yang sudah tersusun secara sistematis dan siap untuk dilakukan penyajian dari berbagai jenis makanan, seperti hidangan pembuka maupun penutup juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Setiap konsumen memiliki selera makan yang berbeda-beda. Jika restoran menyediakan menu yang beranekaragam atau bervariasi, akan lebih memudahkan restoran untuk menarik konsumen.

Untuk variasi menu yang tersedia di setiap cafe tidak jauh berbeda. Seperti salah satu cafe yaitu Commonroom Coffee terdapat berbagai macam variasi menu makanan berat, makanan ringan, kopi, teh dan sejenisnya. Terdapat beberapa menu pilihan yang ada di Commonroom Coffee Cilandak. Dimana cafe tersebut memiliki berbagai macam variasi menu yang dapat dinikmati sesuai dengan selera konsumen. Menu makanan utama yang ditawarkan sesuai dengan selera mahasiswa dan pekerja kantoran khususnya di daerah Jakarta Selatan yang mementingkan kualitas rasa yang enak dan bisa dipamerkan di sosial media mereka seperti menu Creamy Chicken Mushroom untuk makanan

besarnya, Creamsoup with Garlic Bread untuk makanan ringan dan Hazelnut Biscoff untuk menu minumannya.

Selain itu di dalam dunia bisnis, terdapat beberapa cara dalam retail untuk menarik minat konsumen agar datang berkunjung ke cafe, salah satunya yaitu dengan memperhatikan suasana tempat. Dimana suasana tempat merupakan cara bagaimana menata ruang bagian dalam dan bagian luar toko dimana hal tersebut dapat menarik minat konsumen untuk mengunjungi toko berulang kali (Restiana, R, 2023). Variabel suasana tempat ini memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli ulang konsumen yang berkunjung ke cafe (Ulfah dan Oktaviani, 2018). Jika dikembangkan dengan baik, suasana tempat dapat menjadi nilai tambah bagi cafe sebagai daya tarik untuk menimbulkan minat konsumen untuk berkunjung. Inovasi produk juga berpengaruh terhadap minat beli ulang (Baskoro, D. A., & Mahmudah, F, 2021). Inovasi produk yang terus dilakukan tidak akan membuat konsumen mudah jenuh sehingga konsumen akan loyal terhadap cafe dan melakukan pembelian ulang. Begitu pula yang terjadi dengan cafe yang berada di daerah Jakarta Selatan yaitu Commonroom Coffee Cilandak yang mempunyai inovasi variasi menu makanan dan minuman, harga yang sesuai serta suasana tempat yang nyaman untuk bekerja maupun berkumpul bersama kolega, teman serta keluarga.

Commonroom Coffee merupakan sebuah cafe yang berdiri pada bulan Maret tahun 2017 di daerah Jakarta Selatan tepatnya berada di kawasan Cilandak. Dengan Pemiliknya Bernama ibu Yane Wulansari. Cafe ini berlokasi unik yaitu berada di tempat bernama 1plus auto detailing yang diapit oleh tempat cucian mobil dan barbershop. Commonroom Coffee memiliki motto *“We’re very passionate about coffee. And here, in Commonroom Coffee, we’re consistently serving high quality product”*. Commonroom Coffee juga mempunyai aplikasi sosial media seperti intagram, facebook dan petakopi sebagai sarana marketing mereka dan juga mereka memiliki kerjasama dengan gofood, tcash, spotqoe dan juga djarum black. Variasi menu yang mengedepankan kualitas kopi itu sendiri dan juga suasananya yang tersembunyi dan unik merupakan daya tarik Commonroom Coffee Cilandak.

Tabel 1 Data Penghasilan Commonroom Coffee
Tahun 2022-2023 (Periode Bulan Oktober-Maret)

Bulan	Debit	Kredit	Total Penghasilan (montly)
Oktober (2022)	8.632.737	22.105.892	13.473.155
November (2022)	6.419.955	25.952.228	19.532.273
Desember (2022)	6.848.292	22.939.128	16.090.836
Januari (2023)	11.660.318	27.963.985	16.303.667
Februari (2023)	5.452.684	18.593.645	13.140.961
Maret (2023)	6.952.913	22.182.061	15.229.148
Grand Total	45.966.899	139.736.939	93.770.040

Sumber: Data penghasilan penjualan Commonroom Coffee

Berdasarkan Tabel 1 diatas dapat diamati bahwa tingkat penghasilan Commonroom Coffee pada bulan Oktober 2022 memiliki persentase total sebanyak 61% dan F&B Cost 38% sebanyak 39,1%, pada bulan November 2022 memiliki persentase total sebanyak 75% dan F&B Cost 38% sebanyak 24,7%, pada bulan Desember 2022 memiliki persentase total sebanyak 70% dan F&B Cost 38% sebanyak 29,9%.

Dan untuk bulan Januari 2023 Comonroom Coffee memiliki total persentase 58% dan F&B Cost 38% sebesar 41,7%, pada bulan Februari 2023 memiliki total persentase sebanyak 71% dan F&B Cost 38% sebesar 29,3%, pada bulan Maret 2023 memiliki total persentase sebesar 69% dan F&B Cost 38% sebanyak 31,3%, Jadi bisa disimpulkan untuk total secara keseluruhan penghasilan Commonroom Coffee selama 5 bulan periode Oktober 2022 sampai Maret 2023 sebesar 93.770.040 dengan persentase total sebesar 67% dan F&B Cost 38% sebesar 32,9%. Dari tabel 1 diatas juga dapat disimpulkan bahwa penghasilan Commonroom Coffee mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak terlalu signifikan perbulannya dan variasi menu, harga serta suasana tempat pasti sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam hal ini. Hasil diatas diambil dan didata penulis sendiri.

**Tabel 2 Data Pengunjung Commonroom Coffee
Tahun 2022-2023 (Periode Bulan Oktober-Maret)**

No	Periode	Jumlah Pengunjung
1	Oktober (2022)	465
2	November (2022)	600
3	Desember (2022)	620
4	Januari (2023)	1085
5	Februari (2023)	420
6	Maret (2023)	558

Sumber: Data pengunjung Commonroom Coffee

Berdasarkan tabel 2 atas menunjukkan bahwa jumlah pengunjung atau pelanggan Commonroom Coffee periode bulan Oktober 2022 sampai Maret 2023 juga mengalami fluktuasi tiap bulannya. Pada bulan Oktober 2022 sampai bulan Januari 2023 pengunjung Commonroom Coffee terus meningkat terutama ketika bulan Desember dan Januari yaitu ketika hari libur sedang berlangsung. Untuk bulan Februari 2023 jumlah pengunjung mengalami penurunan kembali. Menurut pengamatan peneliti selama lima bulan cafe mengalami ramai pengunjung seperti malam minggu ataupun hari libur lainnya, cafe cenderung sepi pembeli ketika hari biasa tetapi tidak tentu dikarenakan ketika hari biasa cafe akan ramai pengunjung yang bekerja di cafe. Pekerja yang suka datang ke Commonroom Coffee biasanya tertarik dengan suasana tempat yang nyaman dan sepi. Jadi total pengunjung Commonroom Coffee selama lima bulan periode Oktober 2022 sampai Maret 2023 ada 3.748 konsumen.

Menyadari peran penting variasi menu, harga dan suasana tempat terhadap kepuasan konsumen, Comonroom Coffee berupaya mencari cara agar dapat meningkatkan kualitas cafe. Hal ini juga disadari oleh Commonroom Coffee yang memberikan jasa makanan yang dituntut secara terus- menerus meningkatkan kualitas layanan dan kualitas produk agar dapat meningkatkan jumlah konsumen.

Dengan melihat latar belakang diatas, maka penulis mengambil judul **“PENGARUH VARIASI MENU, HARGA DAN SUASANA TEMPAT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI COMMONROOM COFFEE CILANDAK”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah variasi menu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di cafe Commonroom Coffee Cilandak?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di cafe Commonroom Coffee Cilandak?
3. Apakah suasana tempat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di cafe Commonroom Coffee Cilandak?
4. Apakah variasi menu, harga dan suasana tempat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di cafe Commonroom Coffee Cilandak?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh variasi menu terhadap kepuasan konsumen di cafe Commonroom Coffee Cilandak.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di cafe Commonroom Coffee Cilandak.
3. Untuk mengetahui pengaruh suasana tempat terhadap kepuasan konsumen di cafe Commonroom Coffee Cilandak.
4. Untuk mengetahui pengaruh variasi menu, harga dan suasana tempat terhadap kepuasan konsumen di Commonroom Coffee Cilandak.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berikut dapat dibuat dari temuan penelitian:

1. Bagi Peneliti

Temuan penelitian ini harus membantu dalam perolehan dan penerapan pengetahuan, khususnya di bidang yang berkaitan dengan industri hospitality, yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang berkunjung ke Commonroom Coffee Cilandak.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini hendaknya menjadi salah satu pertimbangan mendasar bagi Commonroom Coffee Cilandak untuk mengetahui apa yang mempengaruhi kepuasan konsumen melalui faktor variasi menu, harga dan suasana tempat.

3. Bagi Akademisi

Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran, informasi, dan ide praktis untuk industry hospitality yang mempengaruhi kepuasan konsumen melalui variasi, harga dan suasana tempat.

4. Bagi Peneliti Lain

Temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber inspirasi ekstra untuk proposal penelitian baru dan sebagai informasi untuk dipertimbangkan oleh institusi atau organisasi lain ketika terlibat dalam jenis percakapan yang sama.

