

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era Globalisasi saat ini semakin banyak perusahaan *food and beverage* yang didirikan, sehingga muncul persaingan bisnis yang ketat, terutama persaingan pada *coffee shop*. *coffee shop* telah menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat di berbagai negara di seluruh dunia. Dengan perkembangan pesat ini, bisnis *coffee shop* banyak peminat dan pelanggan yang semakin meningkat, sehingga bisnis *coffee shop* berkembang menjadi seperti sekarang. (Siregar, 2019: 114-120).

Di tengah pesatnya pertumbuhan *coffee shop*, penting bagi para pelaku bisnis untuk memahami bahwa keunggulan dalam pelayanan (*service excellence*) dan produk berkualitas tinggi (*high quality product*) merupakan dua faktor kunci yang menentukan keberhasilan dalam persaingan pasar yang semakin ketat, selain itu hal ini menjadi salah satu kunci dalam menjamin kepuasan pelanggan dan mendorong perusahaan untuk memperhatikan lebih serius kualitas produk dan layanan yang mereka tawarkan. Regina & Hermani (2020) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah ekspresi dari atau ketidakpuasan seseorang yang timbul dari perbandingan antara pengalamannya terhadap hasil dari produk yang diharapkan.

Pelaku bisnis harus semakin memahami betapa perlunya memenuhi kualitas pelayanan dan kualitas produk yang mereka miliki, karena hal ini menjadi salah satu faktor kunci dalam membuat keputusan pembelian. Karena seseorang pelanggan mengetahui hal yang dibutuhkan dan mereka harapkan, sehingga mereka juga merasa puas. Kualitas pelayanan dapat mendorong pelanggan untuk memberikan loyalitas mereka kepada produk dan layanan tertentu untuk meningkatkan performa perusahaan. Untuk mempertahankan kualitas pelayanan, maka kepuasan pelanggan adalah satu faktor penting

dalam mempertahankan pelanggan yang sesuai dengan kebutuhan pasar. (Ibrahim & Thawil, 2019: 175-182).

Setyawan (2021: 43) mengungkapkan bahwa, kualitas produk memberikan reputasi kepada perusahaan, nilai baik pelanggan, niat untuk beralih, niat pelanggan dalam pembelian berulang, kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan.

Dalam konteks pelaku bisnis *coffee shop*, *brand* komersial Kopi Kenangan dapat berkembang pesat dengan terus memperkenalkan produk-produk berkualitas tinggi serta mengutamakan pelayanan yang berkualitas sehingga menciptakan kepuasan pelanggan itu sendiri. Kopi Kenangan adalah perusahaan new retail F&B Unicorn pertama di Asia Tenggara, Halal *Certified by MUI*, *ISO Certified*, dan *World Best Brand Winner 2020-2021*. Kopi Kenangan menggunakan produk berkualitas tinggi yaitu menggunakan kopi lokal asal Indonesia, seperti menggunakan biji kopi lokal yang ditanam langsung oleh petani lokal dan berkualitas tinggi, yaitu biji kopi arabica dan robusta. (<https://kopikenangan.com/>)

Kopi Kenangan mempunyai mimpi untuk menyajikan kopi dengan kualitas terbaiknya. Kopi Kenangan memiliki indikator dalam pelayanan, yaitu 5 step kenangan terindah *greeting*, *take order*, *payment*, *making drink*, dan *calling drink*. Sedangkan *high quality* Kopi Kenangan yang menunjang bahwa produk yang di jual baik, kenangan memiliki peraturan kebijakan halal dan syarat produk halal karena Kopi Kenangan juga sudah memiliki sertifikat halal. Selain itu Kopi Kenangan juga memiliki motto dan mempunyai *service culture* yaitu *serving with heart*, *leading with empathy*. *Service culture* harus di jalankan agar pelanggan mendapatkan pelayanan yang sama di outlet manapun. Karena Kopi Kenangan sendiri adalah peritel *coffee shop* yang tidak mengadopsi sistem *franchise* bertujuan untuk menjaga kontrol mutu demi mempertahankan konsistensi rasa produk mereka. (<https://www.merdeka.com/>)

Namun harus diingat bahwa kualitas pelayanan dan produk yang dimiliki Kopi Kenangan tidak tercipta karena kebijakan atau peraturan yang telah ditentukan (SOP), dan pencapaian yang telah mereka dapatkan. Kualitas

pelayanan dan kualitas produk yang diberikan oleh masing- masing outlet yang dimiliki Kopi Kenangan juga berdampak kepada kepuasan pelanggan. Sebuah pelayanan dan kualitas baik akan tercipta bila masing-masing outlet terstruktur dalam bentuk team, keahlian, kesadaran, kebutuhan terpenuhi. Karena hal ini berdampak kepada perilaku staf outlet, sehingga pihak outlet mana pun memberikan yang terbaik juga kepada para pelanggan sehingga tergapainya kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, situasi analisis ini, penting untuk di kaji bagaimana *service excellent dan high quality product* yang diberikan oleh masing-masing outlet Kopi Kenangan dalam halnya memberikan kepuasan pelanggan.

Dalam situasi ini salah satu outlet yang dimiliki Kopi Kenangan , yaitu Kopi Kenangan Tamini Square, dimana kualitas pelayanan dan kualitas produk yang mereka miliki belum terpenuhi, seperti ketidak konsistensi pada pembuatan produk maupun kekurangan SDM yang mempengaruhi pelayanan. Karena adanya celah permasalahan antara kualitas pelayanan dan produk tersebut menyebabkan ketidakpuasan pelanggan, menjadikan kerugian atau risiko tersendiri untuk perusahaan *brand* Kopi Kenangan itu sendiri.

Analisis ini dapat memberikan masukan baik kepada pihak Kopi Kenangan Tamini Square upaya dalam perbaikan dengan permasalahan Kualitas pelayanan dan produk yang mereka miliki dilakukan secara maksimal, sehingga hal hal yang tidak diinginkan terhindar dan menciptakan kepuasan pelanggan secara maksimal. Dengan demikian *service excellent dan high quality product*, berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan akan menjadi faktor penting dalam menjaga kenyamanan serta keinginan para pelanggan.

Terdapat analisis yang digunakan untuk mengetahui letak permasalahan yang berada di Kopi Kenangan Tamini Sqaure, yaitu analisis SWOT. Dimana analisis ini terdapat indikator dari internal dan eksternal yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang berada di Kopi Kenangan Tamini Square. Melalui latar belakang masalah yang dijelaskan diatas, peneliti mempunyai ketertarikan mengangkat judul **“Analisis Pengembangan Service Excellent dan High Quality Product dalam**

Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan Tamini Square.”

B. Perumusan Masalah

Dari gambaran yang telah diuraikan dalam latar belakang masalah, permasalahan yang akan penulis ajukan ialah:

1. Apa saja *service excellent* dan *high quality product* yang diberikan oleh Kopi Kenangan Tamini Square dalam memenuhi kepuasan pelanggan?
2. Mengapa *service excellent* dan *high quality product* Kopi Kenangan Tamini Square berpengaruh dalam memenuhi kepuasan pelanggan?
3. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan upaya meningkatkan *service excellent* dan *high quality product* pada Kopi Kenangan Tamini Square?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai permasalahan yang diteliti, tujuan dari studi ini ialah:

- 1) Untuk mengetahui *Service Excellent* dan *High Quality Product* yang diberikan oleh Kopi Kenangan Tamini Square dalam memenuhi kepuasan pelanggan.
- 2) Untuk menganalisa pengaruh *service excellent* dan *high quality product* Kopi Kenangan Tamini Square dalam memenuhi kepuasan pelanggan.
- 3) Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan upaya meningkatkan *service Excellent* dan *high quality product* pada Kopi Kenangan Tamini Square.

2. Kegunaan Penelitian

Studi ini berharap bisa memberikan manfaat baik secara teoritik dan praktis, sebagai berikut :

- 1) Bagi Perusahaan

Studi ini berharap bisa menambah referensi, pengetahuan bagi perusahaan yang ingin menjalani, mengembangkan sebuah bisnis mengenai *food and beverage* dalam menjamin kepuasan pelanggan dan menumbuhkan rasa kepercayaan pelanggan.

2) Bagi Kopi Kenangan

Diharapkan bahwa hasil studi ini akan memberi kontribusi yang signifikan bagi literatur, khususnya dalam melakukan penelitian, dalam lingkuan kerja, dan pengembangan diri dengan terkait topik yang sama.

3) Bagi Peneliti

Penelitian ini di implementasikan dari bidang studi akomodasi dan kuliner dengan mata kuliah yang relevan yaitu manajemen kualitas pelayanan. Hasil studi ini disajikan sebagai syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Pariwisata di Universitas Nasional, memperluas pengetahuan peneliti dalam bidang keilmuan yang terkait dan memungkinkan, dan dapat menerapkan pengetahuan dan teori yang diperoleh dalam konferensi di lapangan. khususnya di sektor hospitality.

4) Bagi Universitas

Studi ini berharap bisa menambah referensi, pengetahuan, dan dapat menjadi bahan masukan didalam ilmu pengetahuan, penelitian, terutama yang berkaitan dengan konsep *service excellent* dan *high quality*.