

BAB I

PENDAHULUAN

A Latar Belakang Masalah

Di era yang semakin modern ini, gaya hidup masyarakat mulai berubah, terutama kehidupan kota-kota besar seperti ibukota Jakarta, masyarakat mulai memiliki berbagai macam hobi dan kesukaan yang dikarenakan oleh gaya hidup para masyarakat tersebut. Di sela-sela kesibukan para masyarakat ibukota, mereka membutuhkan sesuatu yang instan yang dapat menahan kantuk dan mengembalikan konsentrasi dalam bekerja, salah satunya yaitu kopi. Tak hanya sekedar minuman penahan kantuk, masyarakat ibukota juga ingin tempat untuk bersantai atau tempat untuk *meeting* dengan kerabat sambil menikmati secangkir kopi, tempat tersebut adalah *café* atau *coffee shop*.

Seiring dengan berkembangnya jaman, kopi sudah menjadi bagan dari gaya hidup masyarakat. Dimana kedai-kedai kopi telah menjadi tempat untuk bersantai maupun bekerja yang sangat diminati. Hal ini terjadi karena masyarakat perkotaan butuh tempat yang nyaman serta strategis untuk mengerjakan pekerjaannya, mengadakan pertemuan ataupun hanya menghabiskan waktu luang. Diantara masyarakat yang suka meminum kopi timbulah pencinta kopi yang tidak sekedar hanya suka meminumnya di kafe, tetapi suka mencari informasi tentang berbagai jenis kopi dan teknik menyeduhnya. Sudah banyak *coffee shop* yang menjual biji kopi hasil *roasting* mereka untuk pelanggan yang ingin menyeduhnya dirumah.





JAKARTA, KOMPAS.com - Tren menyeruput kopi di Indonesia menjelma sebagai gaya hidup. Kedai-kedai kopi berjamuran seperti di Jakarta. Semua berlomba menawarkan rasa otentik dari aneka ragam kopi nusantara. Ketua Badan Perwakilan Daerah Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) Jawa Tengah, Moelyono Soesilo menyebutkan pada tahun 2017 akan banyak hadir kedai artisan kopi. Sementara itu, tren minum kopi masih berkisar pada proses penyeduhan manual brew. Untuk minum kopi espresso itu akan stagnan trennya. Untuk manual brew, kemudian yang berkembang itu adalah artisan kopi," jelas Moelyono kepada KompasTravel se usai acara Opening Moment Creative Collaboration Cozyfield & Viva Barista di Mal Pondok Indah 1, Jakarta, Kamis (15/12/2016). Menurut Moelyono, artisan kopi adalah kedai yang menawarkan satu jenis kopi untuk pembeli. Sementara, manual brew adalah cara menyeduh kopi secara manual tanpa menggunakan mesin seperti dalam teknik espresso. "

"Di Jakarta, Bandung itu sudah banyak artisan kopi. Lebih-lebih di Bandung itu unik-unik. Jadi ada satu kafe, saya mau ketawa waktu mau ke rumah sepupu. Di ujung jalan ada pos satpam tapi kok ada alat-alat kopi. Saya jalan kaki lalu lihat pos, itu benar jalan kopi. Mereka sangat luar biasa dan professional. Dia tahu apa yang ia jual dan dia tidak jual kopi yang lain," ujar Moelyono saat mendeskripsikan artisan kopi. Menurutnya, konsep kedai artisan kopi adalah suatu hal yang unik dalam industri kopi. Proses penyajian dan juga bentuk kedai, lanjut Moelyono, menjadi nilai jual dari kedai artisan kopi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



"Artisan itu bikin sesuatu yang anti mainstream. Biasanya itu generasi anak muda yang buat," ungkapnya. Laki-laki yang telah bergelut di industri kopi hampir 25 tahun ini mengatakan konsep artisan kopi sebenarnya berasal dari luar negeri. Kini, lanjutnya, konsep artisan kopi banyak disesuaikan dengan budaya Indonesia. (<http://travel.kompas.com/read/2016/12/16/190800927/tren.2017.kedai.artisan.kopi.ak-an-menjamur>).

Pertumbuhan *coffee shop* di Jakarta sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Banyak bisnis *coffee shop* keluarga/kecil yang bermunculan sebagai pesaing *coffee shop* besar/multinasional dengan menawarkan konsep yang memang ditunjukkan untuk para pencinta kopi yang ingin menikmati kualitas kopi yang “lebih baik” dan lebih dekat kepada pelanggan. Coffee Tree adalah *roastery* kecil dan cafe milk keluarga yang berdedikasi kepada kesegaran, kesempurnaan dan rasa kopi yang enak. Coffee Tree menawarkan berbagai macam kopi lokal yang dipilih secara khusus yang di *roast* (panggang) di tempat agar dapat memberikan kualitas kopi yang tinggi kepada konsumen. Varian kopi lokal yang ditawarkan berasal dari berbagai penjuru di Nusantara mulai dari Aceh Gayo, Mandheling, Lintong, Toraja, Java, Bali, hingga Papua. Coffee Tree dikhususkan untuk menyediakan kenikmatan kopi yang dibuat dengan sangat baik. Selain minuman berbasis espresso klasik dan kontemporer, Anda juga akan menikmati kopi diseduh tradisional dari berbagai pilihan biji kopi kami. *Dripped/pour over, French Press and Syphon*, kita akan langsung menggilingnya setelah menerima pesanan. Selain dari komitmen menyediakan kopi yang enak, kami juga menawarkan minuman alternatif dan makanan *home-made* setiap hari ditoko. (<http://www.coffeetree.web.id/about/>).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Liu Siang Deng (63) atau yang kerap dipanggil Aky pemilik Coffee Tree awalnya membuka usaha keluarga di tahun 2000an dengan hanya menjual biji kopi yang sudah digoreng kemudian membuka sepetak cafe di Mall Artha Gading sebelum akhirnya menetap di alamatnya yang sekarang sejak tahun 2009 lalu yaitu di Ruko Kelapa Gading Square kompleks Mall of Indonesia. Buat para penggemar kopi dari berbagai daerah di Indonesia, Coffee Tree menyediakan cukup banyak varian yang bisa dipilih oleh pembeli. Demikian pula harganya berkisar antara 30 ribuan untuk 100 gram biji kopi arabika dan robusta terpilih. (<http://www.cikopi.com/2012/04/coffee-tree/>).

Menurut Fornell (1992) dalam Dwi Aryani dan Febrina Rosinta (2010) mengatakan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk merupakan kunci dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis. Lalu, kepuasan pelanggan menurut Oliver (1980) dalam Dwi Aryani dan Febrina Rosinta (2010) menjadi parameter penting sehingga bisnis dapat terus berkelanjutan. Jadi dapat disimpulkan bahwa *coffee shop* dengan kualitas produk dan pelayanan yang baik dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

Konsep dari kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas saling berhubungan satu dengan yang lain. Secara teoritis, dalam prosesnya dapat memberikan acuan pada penelitian ini, dimana kualitas layanan dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah, yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas layanan yang diberikan oleh Coffee Tree?
2. Bagaimana kualitas produk Coffee Tree?
3. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap cita rasa kopi?
4. Bagaimana kepuasan pelanggan terhadap Coffee Tree?
5. Apakah kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan Coffee Tree?
6. Apakah kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan Coffee Tree?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan Coffee Tree?
2. Apakah kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan Coffee Tree?

D. Batasan Penelitian

Batasan penelitian yang diterapkan peneliti untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Objek penelitian ini adalah Coffee Tree, Mall of Indonesia.
2. Subjek penelitian ini adalah pelanggan Coffee Tree, Mall of Indonesia.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan, maka dirumuskanlah permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Coffee Tree?



2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Coffee Tree?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© **Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

F. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini berdasarkan masalah yang diuraikan di atas adalah :

1. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Coffee Tree.
2. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Coffee Tree.

G. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini bermanfaat sebagai masukan kepada perusahaan agar dapat meningkatkan kualitas layanan dan kualitas produk agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti selanjutnya mengenai kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan serta dapat dijadikan sebagai referensi untuk peneliti selanjutnya.

3. Bagi para pelaku usaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi para pelaku usaha yang ingin mendirikan bisnis café.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.