**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

Cokelat merupakan hasil olahan dari biji tanaman kakao (*Theobroma cacao*) yang dapat dijadikan makanan ataupun minuman. Kepopuleran cokelat masih bertahan hingga masa kini dan Indonesia mempunyai peranan yang penting di dalamnya. Berdasarkan data dari Departemen Perindustrian (2007), Indonesia merupakan produsen kakao terbesar ketiga di dunia dengan produksi biji kakao sebanyak 456.000 ton per tahun. Jumlah produksi kakao Indonesia diungguli oleh Pantai Gading, Afrika Barat yang menghasilkan 1.276.000 ton dan Ghana, Afrika Barat yang menghasilkan 586.000 ton per tahun. Dengan luas lahan tanaman kakao di Indonesia yang berukuran 992.448 hektar, maka produktivitas rata-ratanya adalah 900 kg per hektar. Sebagian besar kakao Indonesia diekspor ke luar negeri dan empat negara tujuan ekspor terbesar adalah Amerika Serikat, Malaysia, Singapura, Brazil dan Perancis. Permintaan kakao dalam negeri sendiri hanya 250.000 ton per tahun dan masih terhitung rendah bila dibandingkan dengan jumlah produksi kakao per tahun. (Sumber: [www.wikipedia.org/wiki/Cokelat](http://www.wikipedia.org/wiki/Cokelat) )

Bisnis usaha makanan merupakan salah satu jenis usaha yang sangat diminati oleh pelaku bisnis pada saat ini. Bisnis ini bukan sekedar menjajakan makanan ringan atau membuka rumah makanan, namun bisnis ini mulai memiliki berbagai variasi yang beraneka ragam bentuk dan jenis makanannya. Hal tersebut dijadikan sebagai peluang bagi pelaku bisnis makanan untuk menghasilkan makanan yang berbeda dari lainnya agar dapat menarik perhatian masyarakat. Karena banyaknya pelaku bisnis yang menjajakan bisnisnya pada makanan, maka dapat dikatakan bahwa bisnis makanan merupakan salah satu jenis bisnis yang tidak pernah mati sepanjang masa. Hal ini disebabkan karena makanan akan selalu dicari-cari semua orang demi memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Bisnis makanan hanya membutuhkan modal yang relatif tidak besar, dengan melibatkan sedikit teanaga kerja, dan rotasi keuangan di dalamnya berjalan begitu cepat. Kesuksesan bisnis makanan dapat dilihat dari kualitas makanan. Kualitas makanan merupakan faktor pertama yang dapat membuat pelanggan sering datang. Kualitas makanan dapat dikaitkan pada rasa dan bahan baku yang digunakan.

Industri makanan khususnya di Indonesia, terus menerus mengalami pertumbuhan yang cukup signitifkan. Pertumbuhan ini tentunya ikut terasa pada pada ranah yang lebih spesifik yaitu seperti industri *pastry, bakery*, dan kue. Perkembangan industri *pastry* dan *bakery* dipengaruhi oleh dua hal, yaitu ketersediaan bahan baku karena adanya pemasok bahan baku dan kemudahan akses informasi mengenai *trend* dan produk inovasi baru dapat didukung dengan munculnya banyak produk *pastry* dan *bakery* dengan *brand* asing yang masuk ke Indonesia. Melihat adanya fenomena ini, hendaknya para pelaku bisnis di bidang *pastry* dan *bakery* harus dapat melihat peluang agar dapat bersaing dengan pesaing yang lain. (Sumber: [www.bakerymagazine.com](http://www.bakerymagazine.com))

*Pastry* adalah jenis olahan makanan dari beberapa kombinasi bahan yang pada umumnya mempunyai rasa manis, yang biasanya mengandung lemak dan biasanya melalui tahap pembakaran. Jenis makanan ini biasanya disajikan untuk *dessert* atau makanan penutup. *Pastry* sendiri merupakan hasil panggang dari kombinasi telur, mentega dan tepung. Awalnya dikenal di Inggris sebagai adonan kulit pie untuk membungkus daging selama dipanggang diatas bara api. *Pastry* berasal dari kata *paste* yang berarti campuran tepung terigu, cairan dan lemak. Produk *pastry* ada yang menggunakan ragi dan ada juga yang tidak menggunakan ragi. Pada umumnya produk *pastry* berstektur *crispy* dan adonan tidak kalis. Namun, beberapa produk *pastry* membutuhkan adonan yang kalis seperti *Danish pastry, croissant & phyllo, short* *paste/short dough, dan choux paste.* (Sumber: [www.patiserimarisa.blogspot.com](http://www.patiserimarisa.blogspot.com))

*Bakery* merupakan sebuah usaha yang memproduksi dan menjual makanan yang berbasis tepung dengan cara pengelolahannya melalui pemanggan di oven, seperti roti, kue dan *cake*. Pengolahan roti sudah dikenal dari ribuan tahun sejak kekaisaran Romawi. Awalnya, *bakery* merupakan suatu seni yang sering dijadikan sebagai hidangan pada saat acara penting, seperti pernikahan maupun pesta. Seiring dengan perkembangannya, *bakery* mulai dapat ditemukan di tepi jalan, maka para pembuat *bakery* mulai mendirikan sebuah toko dimana mereka bisa membuat dan menjual *bakery* secara efisien waktu.

Pasar Indonesia memang sangat menarik bagi usaha *pastry* dan *bakery* yang terus bertumbuh pesat seiring dengan naiknya taraf hidup masyarakat. Para pelaku bisnis *pastry* dan *bakery* baik asing maupun lokal, turut menyemarakan persaingan usaha *pastry* dan *bakery* di Indonesia. Banyak pembisnis melirik pada peluang bisnis ini dan berlomba untuk menyuguhkan sesuatu yang unik dan menarik dibandingkan pesaingnya, mulai produk, interior sampai pelayanannya. Saat ini, banyak toko *pastry* dan *bakery* yang tidak hanya menjual roti dan kue saja sebagai produk utamanya, tetapi juga bersaing dalam mengedepankan konsep *pastry* dan *bakery* yang digabungkan dengan konsep resto atau *café*. (Sumber: [www.bakerymagazine.com](http://www.bakerymagazine.com))

Dapur Cokelat merupakan bisnis lokal yang menyediakan *pastry* dan *bakery* dengan berbagai varian rasa. Dapur Cokelat saat ini menjadi trendsetter di kalangan pecinta kue dan pastry. Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menjadi hal yang patut penulis teliti. Keinginan dan kebutuhan manusia semakin beragam bersamaan dengan kemajuan jaman dan teknologi. Salah satunya adalah kebutuhan *pastry* dan *bakery.* *Pastry* dan *bakery* menjadi sesuatu yang dibutuhkan manusia akhir-akhir ini. Tapi keinginan tiap orang terhadap produk ini berbeda. Hal ini dikarenakan gaya hidup tiap individu berbeda dengan yang lainnya. Tidaklah heran kalau *pastry* dan *bakery* berkembang pesat dikalangan perkotaan. Salah satu contohnya adalah Dapur Cokelat di Kelapa Gading.

Seiring dengan banyaknya gerai *pastry* dan *bakery* yang buka pecinta produk tersebut mulai beralih ke Dapur Cokelat. Bahkan penggemar *pastry* dan *bakery* melakukan polling rasa di beberapa forum. Banyak komentar berdatangan dari netizen yang menilai tentang kualitas produk Dapur Cokelat. Ada juga pelanggan yang bilang kalau Dapur Cokelat higienis dan tidak menggunakan pengawet. Hal lainnya banyak yang menilai bahwa produk dari tempat *pastry* dan *bakery* lain tidak seenak dan selembut produk dari Dapur Cokelat.

Saat ini kepuasan konsumen dianggap penting mengingat kondisi bisnis yang kompeitif. Tingkat persaingan menjadi tinggi dan kepuasan konsumen menjadi faktor yang penting untuk meningkatkan keuntungan. Hal ini juga penting untuk membina hubungan baik antara perusahaan dan konsumen. Sehingga terjadi kemitraan jangka penjang sehingga terjadi *re-purchase*. Oleh karena itu perusahaan mulai berfokus pada kepuasan konusmen. Dengan demikian untuk mencapai hal ini diperlukan faktor lain yaitu meningkatkan kualitas produk. Produk Dapur Cokelat menawarkan kepada pelanggan berupa *pastry* dan *bakery* yang dapat memenuhi kepuasan konsumen.

Bagi Dapur Cokelat, kualitas layanan yang baik serta kualitas rasa dari produk menjadi kesatuan daya tarik yang bersinergi sehingga membuat konsumen tertarik untuk membelinya. Hal ini menjadikan Dapur Cokelat sebagai *pastry* dan *bakery* yang mampu menarik daya beli konsumen, karena pelayanan yang baik dan kelezatan dari produknya.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, penulis terdorong untuk melakukan penelitian terhadap fenomena tersebut, dengan mengangkat penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasaan Konsumen Pada Dapur Cokelat di Kelapa Gading”.

1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan dalam latar belakang yang sudah disebutkan diatas, maka penulis ingin mengindentifikasi beberapa masalah yaitu:

1. Bagaimana kualitas produk pada Dapur Cokelat di Kelapa Gading?
2. Bagaimana kualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Dapur Cokelat di Kelapa Gading?
3. Bagaimana kepuasan pelanggan Dapur Cokelat di Kelapa Gading?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Dapur Cokelat di Kelapa Gading?
5. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Dapur Cokelat di Kelapa Gading?
6. Faktor apa yang mempengaruhi kepuasan konsumen Dapur Cokelat di Kelapa Gading?
7. **Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan batasan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Dapur Cokelat di Kelapa Gading?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan Dapur Cokelat di Kelapa Gading?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Dapur Cokelat di Kelapa Gading?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Dapur Cokelat di Kelapa Gading?
5. **Batasan Penelitian**

Agar penelitian ini lebih terarah, maka ruang lingkup dari penelitian ini dibatasi sebagai berikut:

1. Objek penelitian adalah Dapur Cokelat
2. Wilayah yang ditelitih di daerah Kelapa Gading, Jakarta Utara
3. Subyek Penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli atau mengkonsumsi Dapur Cokelat Kelapa Gading, Jakarta Utara
4. Responden 100 orang
5. **Rumuan Masalah**

Melihat permasalahan di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: Bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Dapur Cokelat di Kelapa Gading, Jakarta Utara.”

1. **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan oleh penulis sehubungan dengan batasan masalah diatas adalah untuk :

1. Mengetahui bagaimana kualitas produk yang diberikan oleh Dapur Cokelat Kelapa Gading
2. Mengetahui bagaimana kualitas layanan yang diberikan oleh Dapur Cokelat Kelapa Gading.
3. Mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk secara langsung terhadap kepuasan konsumen pada Dapur Cokelat Kelapa Gading.
4. Mengetahui pengaruh kualitas layanan secara langsung terhadap kepuasan konsumen pada Dapur Cokelat Kelapa Gading.
5. **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan untuk membawa manfaat bagi berbagai pihak yang membaca yaitu:

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini dilakukan penulits untuk menambah pengetahuan dan mampu menerapkan konsep-konsep teoritis pemasaran yanhg telah dipelajari oleh penulis ke dalam dunia praktis

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi perusahaan terus melakukan inovasi terhadap produk dan jasanya supaya dapat terus bertahan dan berkembang

1. Bagi pembaca lain

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi para pembaca yang ingin mempelajari lebih lanjut mengenai kualitas produk yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

1. Bagi penelitian selanjutnya

Sebagai salah satu bahan referensi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian.