

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini kuliner sudah merupakan sebuah gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari karena makanan adalah kebutuhan sehari-hari. Tingginya kebutuhan mendasar masyarakat di bidang pangan telah menimbulkan dampak yang besar terhadap dunia usaha kuliner. Kuliner sendiri merupakan kegiatan yang berhubungan dengan memasak atau aktivitas memasak. Kuliner juga dapat dimaknai sebagai hasil olahan yang berupa masakan lauk-pauk, makanan maupun minuman. Kuliner tidak terlepas dari kegiatan masak-memasak yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari. Kebutuhan masyarakat yang tinggi terhadap kebutuhan pangan dimanfaatkan oleh sebagian pengusaha yang menyebabkan persaingan bisnis kuliner pun semakin ketat, usaha ini pun ikut mengalami kemajuan yang pesat banyak cara yang dikembangkan oleh para pengusaha untuk mengenali kebutuhan dan keinginan pelanggan agar dapat mengetahui kebutuhan masyarakat masa sekarang dan masa yang akan datang.

Dalam usahanya para pengusaha selalu mencari informasi tentang kebutuhan apa yang diperlukan oleh masyarakat, serta bagaimana pengusaha dapat menarik sebanyak mungkin calon pembeli dan mempertahankan relasi dengan pelanggan lama dan juga memperoleh kepuasan pelanggan. Dalam

menghadapi persaingan, dan untuk mencapai kepuasan pelanggan peranan pelayanan sangat diperlukan untuk menunjang berjalannya usaha kuliner.

Pelayanan merupakan jembatan penghubung antara kebutuhan-kebutuhan pelanggan dengan usaha yang dijalankan. Banyak usaha di bidang kuliner yang belum maksimal dalam melayani konsumen dengan baik, hal ini mungkin dikarenakan sistem pelayanan yang belum maksimal atau masalah pengelolaan oleh pemilik usaha, serta kemungkinan belum maksimalnya cara pelayan dalam melayani dan memahami konsumen. Strategi dalam usaha memenuhi kepuasan pelanggan bukan hanya melibatkan dari segi pelayanan saja, tetapi juga bisa dari segi kestrategisan lokasi agar pelanggan mudah mengakses tempat usaha kuliner tersebut, serta adanya promosi. Dalam hal promosi ini pengusaha dapat menawarkan sesuatu yang beda yaitu menghadirkan berbagai makanan TOP dari berbagai restoran di dalam satu area yang menjadikannya sebuah nuansa baru bagi para industri ritel, supaya konsumen lebih tertarik dan juga melihat aspek-aspek yang dianggap menguntungkan bagi pelanggan, agar bisa mempertahankan konsumen yang ada. Dengan berkembangnya teknologi informasi sekarang ini, telah tersedia suatu teknologi informasi yang cepat, murah, akurat, mudah & mobile, hal ini bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan, memantau kegiatan usaha, dan penyebaran informasi tentang usaha kuliner tersebut khususnya dalam promosi usaha kulinernya.

Cafe Cisangkuy merupakan salah satu tempat kuliner yang berada di kota Padang (Sumatra Barat). Selain untuk kuliner, Cafe Cisangkuy merupakan tempat bersantai yang tepat, diminati dari semua kalangan. Cafe Cisangkuy memiliki

konsep yang menarik, unik dengan memberikan konsep klasik dengan menyuguhkan menu tradisional yang dikembangkan dengan tren-tren yang ada saat ini, seperti roti bakar dengan sentuhan coklat pelangi, pisang bakar dengan tambahan nutella. Namun sayangnya dalam kegiatan usahanya, Cafe Cisangkuy masih menggunakan cara manual seperti menggunakan media alat tulis dan kertas untuk pemesanan menu makanan. Penggunaan media alat tulis dan kertas beberapa kendala yang dapat muncul dari cara ini adalah penyampaian pesan-pesan konsumen ke bagian lain dapat memakan waktu lama, dikarenakan jarak antar bagian yang bervariasi, tidak terbacanya tulisan tangan pencatat pesanan, terselipnya kertas catatan pesanan yang dapat mempengaruhi urutan pemrosesan pesanan, adanya pemesanan yang rangkap dan adanya pemesanan yang terlupa. Permasalahan tersebut mengakibatkan kepuasan konsumen Cafe Cisangkuy menurun sehingga dapat memperburuk citra cafe di mata konsumen.

Selanjutnya untuk memperkuat data dan fenomena pada penelitian ini, peneliti melakukan survey awal yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, lokasi, dan promosi terhadap 30 orang responden. Adapun hasil survei awal tersebut disajikan pada tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1.1
Data Survei Awal Kepuasan Konsumen di Cafe Cisangkuy
Kota Padang 2019

Pernyataan	Responden	Jawaban		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
Pelayanan Cafe Cisangkuy sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan konsumen.	30	25	5	83,33	16,66
Kedekatan lokasi Cafe Cisangkuy menarik anda untuk berbelanja	30	15	15	50	50
Anda mengetahui cafe Cisangkuy dari brosur yang beredar dan media social	30	21	9	70	30

Sumber :CafeCisangkuy Kota Padang

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa pelanggan yang merasa pelayanan yang diberikan sesuai harapan sebanyak 25 orang (83,33%) dan pelanggan yang tidak merasakan pelayanan sesuai dengan harapan sebanyak 5 orang (16,66%). Selanjutnya kedekatan lokasi Cafe Cisangkuy menarik anda untuk berbelanja sebanyak 15 orang (50%) dan tidak kedekatan lokasi cafe Cisangkuy menarik anda untuk berbelanja sebanyak 15 orang (50%). Kemudian Pelanggan yang mengetahui dari media sosial atau brosur tentang Cafe Cisangkuy sebanyak 21 orang (70%) dan pelanggan yang tidak mengetahui dari media sosial atau brosur sebanyak 9 orang (30 %). Hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan Cisangkuy di Kota Padang merasa cukup puas.

Berikut data perbandingan pengunjung Cafe Cisangkuy dan Cafe Karambia di Kota Padang dari Bulan Januari 2019 sampai dengan bulan Juni 2019 pada Tabel 1.2 diberikut ini:

Tabel 1.2
Data Perbandingan Pengunjung Cafe Cisangkuy dan Cafe Karambia di Padang Pada Bulan Januari-Juni 2019

Bulan	Pengunjung Cafe Cisangkuy	Pengunjung Café Karambia
Januari	2.670	2.450
Februari	1.643	2.103
Maret	1.350	1.780
April	1.784	1.608
Mei	2.201	1.580
Juni	2.495	1.407
Jumlah	12.143	10.928

Sumber: Cafe Cisangkuy dan Cafe Karambia di Padang Pada Bulan Januari-Juni 2019

Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa pengunjung Cafe Cisangkuy dapat disimpulkan bahwa cafe Cisangkuy lebih diminati para pengunjung dibandingkan Cafe Karambia, hal ini dapat menjadi acuan dan motivasi agar Cafe Cisangkuy dapat mempertahankan pangsa pasar serta lebih dapat meningkatkan kualitas pelayanan, mempertahankan lokasi yang ada saat ini, serta meningkatkan sistem promosi yang lebih baik.

Kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan Tjiptono, (2012).

Lokasi atau tempat merupakan kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran (Kotler & Armstrong, 2010). Sedangkan Menurut Kotler & Keller, (2009) menyatakan bahwa lokasi merupakan setiap lapisan perantara pemasaran akan melaksanakan semacam tugas dalam membawa produk dan kepemilikan lebih dekat kepada pembeli akhir.

Promosi merupakan salah satu bagian dari rangkaian kegiatan pemasaran suatu produk barang ataupun jasa. Promosi adalah suatu bidang kegiatan marketing dan merupakan komunikasi yang dilaksanakan perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang memuat pemberitaan (*information*), membujuk (*persuasion*) dan mempengaruhi (*influence*). Segala kegiatan itu bertujuan untuk meningkatkan penjualan, betapapun kualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk atau barang itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya (Kotler, 2009).

Berdasarkan penjelasan Cafe Cisangkuy tersebut saya tertarik untuk meneliti apakah faktor kualitas pelayanan, lokasi dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pelanggan Cafe Cisangkuy di Kota Padang. Dengan judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Cisangkuy di Kota Padang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian maka yang menjadi masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Cafe Cisangkuy?
2. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan Cafe Cisangkuy?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan Cafe Cisangkuy?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Cisangkuy.
2. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada cafe cisangkuy
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada cafe cisangkuy

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Bagi akademik, penelitian ini bermanfaat sebagai referensi untuk meningkatkan pengunjung dan sebagai masukan untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan promosi terhadap kepuasan pelanggan Cafe Cisangkuy.
2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan pemasaran untuk memasarkan produk dan pelayanan, agar menghasilkan keunggulan bersaing yang lebih inovatif guna meningkatkan kepuasan pelanggan untuk berkunjung ke Cafe Cisangkuy.