

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Satu diantara beberapa negara berkembang yang merupakan *supplier* utama kopi dunia ialah Indonesia. Dimana merupakan eksportir tertinggi nomor tiga di periode 1984-1996, akan tetapi tahun 1997, Vietnam berhasil menggantikan peringkat Indonesia (Kustiari, 2007). Di periode 2017, Indonesia melakukan pengiriman kopi ke pasar luar negeri sejumlah USD 1,18 Miliar. Angka ini memberi peningkatan sejumlah 17,71% mulai periode 2016 dengan seharga USD 1 Miliar. Pengasilan perkopian Indonesia menunjukkan hasil yang banyak sehingga jual-beli kopi Indonesia senantiasa naik selama tempo enam tahun belakangan. Adapun dua diantara berbagai jenis kopi yang kuantitasnya teratas tertanam di Indonesia ialah Arabika serta Robusta. Taraf penjualan produk kopi di sebagian besar kota besar Indonesia menunjukkan peningkatan dan banyak menyebabkan banyaknya kedai kopi ataupun *café* yang menawarkan *Specialty Coffee* Indonesia. Sehingga zaman sekarang ini pelanggan mengakui bahwa kopi menjadi sebuah komoditas sekaligus sebagai potongan hidup pada sebagian penikmatnya. Seiring beralannya waktu, setiap kopi berkualitas teratas tercipta dengan tajuk *Specialty Coffee* (Novita dan Liekardo, 2020).

Kawasan kintamani adalah sebuah wisata populer masa kini di Bali, salah satunya wilayah batur adalah pusat pariwisata kintamani. Bisnis kopi saat ini

menjadi sangat terkenal terutama dikalangan masyarakat, hal ini disebabkan karena memiliki cukup banyak peluang besar dan juga daya saing yang cukup tinggi sehingga banyak kedai kopi yang mulai dibuka di kawasan Kintamani. Bahkan, para petani mulai ikut serta berlomba untuk menciptakan rasa yang khas akan hasil kebun kopi mereka. Kewirausahaan bisa menjadi salah satu bentuk perubahan, yang dimana diartikan menjadi kegiatan kreatif guna memunculkan angka kemasyarakatan dalam suatu bisnis. Indonesia sebagai tanah air penghasil kopi disertai variasi aneka produk serta diakui memiliki mutu di perdagangan seluruh dunia yang dimana hal ini merupakan salah satu wirausaha muda untuk merintis usaha kedai kopi, kualitas kopi yang baik didukung oleh kebiasaan warga Indonesia untuk minum kopi bahkan sudah menjadi tradisi di beberapa daerah salah satunya Bali. Kini banyak masyarakat memilih kedai kopi yang memiliki Fasilitas terjangkau, Kualitas layanan yang memuaskan maupun menu makanan dan minuman yang baik namun harganya lebih terjangkau. Oleh karena itu, kepuasan konsumen menjadi salah satu kunci sukses sebuah bisnis, bertambahnya kualitas yang disajikan bertambah tinggi juga kepuasan yang dirasakan (Bhuwana, 2013). Pandangan Ratnasari (2017) kepuasan konsumen ialah taraf emosional yang mana individu menyampaikan perolehan bandingan jasa ataupun produk yang didapatkan. Kepuasan sebagai emosi bahagia ataupun menyayangkan individu mermula atas bandingan antara citra dengan layanan beserta angan-angannya, Kotler (2009). Gagasan Dewi (2013), konsumen yakni individu yang memanfaatkan produk dan/atau jasa yang didagangkan. Adapun faktor pengaruh dari kepuasan konsumen seperti mutu produk, Harga, Fasilitas, dan mutu layanan (Kotler, 2009).

Dilihat dari segi budidayanya kini kopi menjadi peminat pada kalangan masyarakat dan jika dilihat dari segi perkembangannya banyaknya keberadaan *coffee shop* di Bali terutama wilayah Kintamani. Alasan peneliti memilih wilayah Kintamani sebagai objek penelitian karena melihat bahwa Akasa *Specialty Coffee* terdapat permasalahan yang sesuai judul yang peneliti gunakan. Selain itu, Kintamani merupakan dataran tinggi di timur laut Bali yang merupakan tempat tujuan wisata populer paling banyak saat ini dibandingkan wilayah lainnya dengan memiliki keindahan alam yang asri. Tempat wisata yang terkenal di Kawasan Kintamani adalah Akasa *Specialty Coffee* yang berdiri pada tahun 2019. Dimana Akasa *Specialty Coffee* ini sudah beroperasi lima tahun berjalan, dengan menjual kopi arabika kintamani standar internasional dengan kemasan moderen. Memiliki konsep interior minimalis moderen, Akasa *Specialty Coffee* juga memiliki slogan “*from farm to cup*” yang berarti cerminan proses yang dilakukan dari pemilihan bibit, penanaman, fermentasi pengeringan, pemanggangan, hingga penyajian. Selain untuk memberikan kualitas terbaik dari kopi Kintamani, menu makanan yang dihidangkan Akasa *Specialty Coffee* ini adalah *fusion* yang berarti memiliki banyak pilihan menu makanan dengan harga yang terjangkau. Selain itu juga fasilitas yang tersedia di *coffee shop* ini tidak kalah jauh jika dibandingkan dengan kedai kopi lainnya dengan menyediakan berbagai fasilitas seperti akses *wifi*, area *Indoor* dan *Outdoor* dan kualitas layanan yang memadai. Dengan harga dan kualitas yang terjangkau kita bisa mencicipi nikmatnya kopi khas kintamani (Helga Christina, 2019). Berdasarkan hasil kuesioner awal dengan sampel penelitian 17 responden, pelanggan Akasa *Specialty Coffee* mengatakan Fasilitas dengan indikator yang terdiri dari (1) Persediaannya, Kebersihan serta Keapikan fasilitas,

(2) Keadaan serta Kegunaan sarana, serta (3) Penggunaan sarana yang tersedia mudah digunakan dari temuan penelitian memperoleh fasilitas secara signifikan memengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas Layanan dengan lima indikator yakni (1) Bukti nyata, (2) Keprofesionalan, (3) Kecakapan, (4) Jaminan dan (5) Empati menjelaskan kualitas secara signifikan memengaruhi kepuasan konsumen. Adanya tiga parameter/indikator dari harga ialah: (1) Harga bersesuaian pada kesanggupan konsumen membeli dagangannya, (2) Harga dengan kualitas menunjukkan hal yang sesuai, (3) Harga memegang strategi persaingan terhadap produk sejenis lainnya, menunjukkan Harga secara signifikan memengaruhi kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen bisa sebagai sebuah jaminan pada usaha bisnis dalam mencapai target suksesnya. Akan tetapi mampu menjadikannya *Boomerang* yang mampu menyingkirkan usaha itu. Kecepatan pada sekecil perkembangan wajib tertanam di seluruh pembisnis serta menargetkan pada kesenangan konsumen menjadi fokus utamanya, kepuasan konsumen merupakan indikator pilihan alternatif atau lebih dari pelanggan pada kepuasannya. Dimana Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa indikator seperti, Fasilitas yang menjadi awal potensi yang wajib diadakan sebelum dipromosikan untuk pelanggan (Tjipotono dan Chandra, 2016). Kotler (2005) memberi pengertian pada fasilitas ialah seluruh hal dengan sifat fisik guna mendukung kenyamanan konsumen, Fasilitas fisik yang tersedia di Akasa *Specialty Coffee* sudah lengkap dan memadai, akan tetapi jika dilihat dari lingkungan Eksternal dan internalnya beberapa permasalahan terjadi seperti Listrik pegangan yang selalu naik turun dan jaringan *wifi* yang tidak stabil akibat jangkauannya terbatas.

Selain Fasilitas, kualitas layanan juga menjadi sebuah faktor pengaruh terhadap kepuasan konsumen. (Tjiptono, 2016). Menurut Rangkuti (2022) Kualitas layanan yakni upaya perusahaan guna mencukupi keperluan konsumennya untuk mencapai kepuasan. Apabila suatu perusahaan bisa menyalurkan layanan berkualitas, maka kepuasan konsumen akan bisa diperolehnya. yang berarti bertambahnya pemberian layanan yang berkualitas, maka menunjukkan peningkatan juga kepuasan yang akan didapatkan oleh konsumen. Dilihat dari jumlah *Staffnya Akasa Specialty Coffee* kekurangan karyawan sehingga kualitas layanannya yang diberikan pada konsumen kurang maksimal.

Harga menjadi total angka yang dipertukarkan konsumen, dimana harga menjadi elemen pokok dalam menentukan pangsa pasar (Daryanto, 2013: 62). Menurut Mowen (2002) ada dua faktor yang memengaruhi harga yakni faktor internal serta eksternal, ketika pelanggan sulit membuat keputusan mengenai kualitas yang ditawarkan maka konsumen mampu menentukan sesuai harganya sebagai cerminan atas produk dengan kualitasnya. Harga yang tersedia di Akasa *Specialty Coffee Fusion* yang berarti memiliki banyak pilihan harga menu makanan dan minuman, Menu harga yang tersedia pada Akasa *Specialty Coffee* yakni Rp. 9.000 sampai Rp. 42.000 beserta pajak 16% sekaligus biaya layanan. Selain itu Akasa *Specialty Coffee* juga menyediakan Kopi kemasan yakni harga Rp. 100.000 sampai Rp. 105.000 berkemasan 250gr. Akan tetapi walaupun dengan harga yang berkualitas dan terjangkau, belum tentu mampu menjamin kepuasannya dan Jika dilihat dari faktor eksternalnya banyaknya kedai kopi di wilayah kintamani yang bermunculan saat ini mengakibatkan semakin besar persaingan dengan *Coffee shop* lainnya.

Dari penelitian ini beberapa kajian Pustaka dan literatur yang digunakan sebagai bahan rujukan, yang nantinya digunakan sebagai acuan dalam perumusan hipotesis. Penelitian yang dilakukan Putranto (2016) menunjukkan fasilitas secarapositif memengaruhi kepuasan konsumen. Namun berbanding terbalik dari penelitian Rutjuhan dan Ismunandar (2020) terdapat hasil yakni fasilitas yang segmental tidak memengaruhi kepuasan konsumen. Dalam yang diteliti Apriyani dan Sunarti (2017) menunjukkan Kualitas Layanan secara signifikan memengaruhi kepuasan konsumen. Berbeda dengan yang diperoleh Kristanto (2018) menunjukkan hasil Kualitas Layanan tidak memengaruhi kepuasan konsumen. Dalam penelitian Irfan (2019) memperoleh temuan: Harga dengan substansial memengaruhi kepuasan konsumen. Namun berlainan atas perolehan yang diteliti Setyo (2016) menunjukkan Harga secara parsial tak memengaruhi kepuasan konsumen. Perolehan dari yang diteliti sebelumnya memperoleh Fasilitas dan Kualitas Layanan Serta Harga secara kontemporer berpengaruh substansial pada kepuasan pelanggan (Yulita, 2023). Hasil penelitian Putri dan Agraini (2023) yang mengatakan bahwa Lokasi tak secara positif serta signifikan dalam memengaruhinya, tetapi Cita rasa erta Varian menu secara positif serta signifikan memengaruhi rasa puasnya konsumen. Tujuan dilakukan penelitian yakni peneliti ingin memperoleh informasi tentang taraf kepuasan konsumen pada fasilitas fisik dan kualitas layanan serta harga pada Akasa *Specialty Coffee* di Kintamani. Berdasarkan Uraian latar belakang masalah di atas, bertambah cepatnya kedai kopi yang berkembang di wilayah kintamani mengakibatkan semakin besar peluang bersaing antar kedai kopi yang sejenis serta ditemukannya pertentangan temuan simpulan penelitian sejenisnya. Berkenaan itulah, penulis tergiring guna mengkaji

lebih lanjut mengenai **“Pengaruh Fasilitas Fisik Dan Kualitas Layanan Serta Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Akasa *Specialty Coffee* Di Kintamani”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasar penguraian permasalahannya, maka teridentifikasi permasalahan yang terjadi di Akasa *Specialty Coffee* sebagai berikut.

- (1) Fasilitas belum adanya pembaharuan sehingga mempengaruhi kepuasan konsumen.
- (2) Pelayanan yang diberikan kurang maksimal dalam menangani konsumennya sehingga tidak puas.
- (3) Harga yang relatif terjangkau, ternyata belum tentu menjamin kepuasan konsumen.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah ini digunakan untuk membatasi ruang lingkup dari sebuah permasalahan yang diteliti. Berdasarkan latar belakang beserta pengidentifikasian permasalahannya, maka peneliti mengerucutkan permasalahan yang berfokus pada variabel Fasilitas fisik, Kualitas Layanan, Harga, disertai pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang, identifikasi beserta batasan permasalahan, maka perumusan masalah yang ada pada penelitian yang dilakukan ialah.

- (1) Bagaimana pengaruh Fasilitas fisik Dan Kualitas Layanan Serta Harga terhadap kepuasan konsumen pada Akasa *Specialty Coffee*?
- (2) Bagaimana pengaruh Fasilitas fisik terhadap kepuasan konsumen pada

Akasa Specialty Coffee?

(3) Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada

Akasa Specialty Coffee?

(4) Bagaimana pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen *Akasa Specialty*

Coffee?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari perumusannya, adapun tujuan penelitian dilaksanakan yakni menguji hal-hal terkait:

- (1) Pengaruh Fasilitas fisik Dan Kualitas Layanan Serta Harga pada Kepuasan Konsumen di *Akasa Specialty Coffee*
- (2) Pengaruh Fasilitas fisik pada kepuasan konsumen di *Akasa Specialty Coffee*
- (3) Pengaruh Kualitas Layanan pada kepuasan konsumen di *Akasa Specialty Coffee*
- (4) Pengaruh Harga pada kepuasan konsumen di *Akasa Specialty Coffee*

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Mengenai pemaparan sebelumnya, manfaat hasil setelah diteliti disajikan berikut ini.

(1) Manfaat Teoritis

Diharapkan bisa meningkatkan penafsiran, pemikiran serta informasi untuk pihak dengan berkepentingan. Selain itu, bisa sebagai pertimbangan bagi peneliti selanjutnya. Pada bidang manajemen pemasaran mengenai permasalahan Fasilitas fisik, Kualitas Layanan, Harga, beserta Kepuasan

konsumen.

(2) Manfaat Praktis

Bagi konsumen, didambakan temuan yang diteliti bisa menjadi acuan bagi pihak perusahaan kedai kopi dalam menyikapi pengaruh Fasilitas fisik beserta Kualitas Layanan disertai Harga pada Kepuasan konsumen Akasa *Specialty Coffee* Di Kintamani. Untuk penulis, diharapkan mampu mengimplementasikan perolehan ilmunya serta bisa bermanfaat untuk memajukan kedai kopi lainnya bahwa setiap kepuasan konsumen akan dipengaruhi oleh adanya perkembangan zaman.

