

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam persaingan bisnis saat ini, para pengusaha berlomba-lomba untuk menarik perhatian pelanggan. Mulai dari membangun bisnis yang banyak digemari pelanggan, hingga menyediakan menu yang sangat beragam atau berinovasi. UMKM (Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah) berdiri dalam banyak jenis bidang usaha seperti industri manufaktur, pengolahan bahan makanan, kerajinan tangan, kuliner, dan jasa. Wirausahawan di Indonesia banyak yang menggerakkan bisnisnya dalam industri kuliner, pengolahan bahan makanan, dan juga jasa. Namun industri yang telah dijalankan tersebut, masih kalah dengan negara-negara ASEAN lainnya. Wirausahawan negara lainnya, memiliki persentase rasio lebih besar dari Indonesia. Rasio kewirausahaan Indonesia sebesar 3,74% dibawah negara ASEAN lainnya seperti Thailand 4,2%, Malaysia 4,7%, dan Singapura 8,7% (Situmorang, 2021). Data tersebut menandakan bahwa Indonesia memiliki kurangnya wirausahawan dalam mengembangkan industri-industri UMKM yang ada. Hal tersebut lah yang dapat menjadi pertimbangan para wirausahawan dalam membangun bisnis UMKM. Saat ini salah satu jenis UMKM yang banyak dikembangkan wirausahawan yaitu pada bidang kuliner minuman yang berbahan dasar kopi.



Sumber: Goodstats.id

Gambar 1. 1 Rasio 3 Kedai Kopi Terkenal di Indonesia

Pada saat ini banyak nama brand terkenal yang berasal dari Indonesia seperti Kopi Kenangan, Janji Jiwa, Fore *Coffee*, dan juga Tomoro *Coffee*. Berdasarkan gambar 1.1 yang dilansir oleh Goodstats. Id terdapat 3 kedai kopi lokal yang memiliki banyak peminat di Indonesia pada tahun 2023. Kedai kopi dengan peminat paling banyak ialah Kopi Kenangan dengan 39,7 % peminat, kemudian disusul Janji Jiwa dengan 39,5 % peminat, dan terakhir diduduki oleh Fore *Coffee* dengan total 7,5 % peminat (Putri Andila, 2023). Kopi kenangan berhasil menjadi *brand* lokal paling banyak diminati dengan 39,7 % peminat dan menjadikan Kopi Kenangan sebagai perusahaan *New Retail F&B “Unicorn”* pertama di Indonesia bahkan di Asia Tenggara. Kopi Kenangan berhasil menembus valuasi perusahaan sebesar 1 miliar dollar AS (Rosari Dwi Putri & Nur Zhafira, 2021). Melihat keberhasilan *brand* lokal asal Indonesia ini sendiri, mendorong banyak wirausahawan Indonesia untuk membangun bisnis *coffee shop* dengan *brand* nama sendiri. Menurut penelitian Toffin dalam (Aryani et al., 2022) jumlah *coffee shop* di Indonesia pada 2019 mencapai 2.950 gerai yang tersebar di seluruh penjuru. Melihat statistik yang ada, menunjukkan bahwa perkembangan *coffee shop* di Indonesia sangat berkembang pesat. Maka tidak dapat di pungkiri setiap tahunnya *coffee shop* di Indonesia akan bertambah banyak. Dengan adanya penambahan banyak gerai kopi baru dalam dunia industri minuman, menjadikan produksi kopi di Indonesia akan bertambah banyak juga. Produksi yang akan bertambah ini juga yang dapat memberikan keuntungan kepada petani kopi di Indonesia.



Sumber: <https://indonesia.go.id/>

Gambar 1. 2 Statistik Produksi Kopi pada tahun 2017-2022 di Indonesia

Berdasarkan gambar 1.2, menurut Badan Pusat Statistik (BPS) yang dilansir pada laman Indonesia.Go.Id menyatakan bahwa setiap tahunnya produksi kopi di

Indonesia selalu meningkat. Dijelaskan pada tahun 2017 produksi kopi di Indonesia sudah mencapai 716,1 ribu ton baik itu juga melakukan *import* maupun *eksport* kopi ke luar negeri. Produksi kopi yang tergolong banyak menguntungkan banyak petani kopi, sehingga Indonesia memiliki banyak pasokan biji kopi pada setiap daerahnya. Pada gambar diperlihatkan bahwa setiap tahunnya produksi kopi di Indonesia bertambah semakin banyak. Walaupun pada tahun 2019 mengalami penurunan sebanyak 4 ton dari tahun sebelumnya yaitu 2018. Namun pada saat covid melanda Indonesia, produksi kopi kembali meningkat sebanyak 4 ton hingga tahun 2022. Pada tahun 2022 terdapat sebesar 794, 8 ribu ton produksi kopi di Indonesia yakni meningkat 1,1 % dibandingkan tahun-tahun sebelumnya (Chyntia & N, 2023). Statistik tersebut menunjukkan besarnya produksi kopi yang ada di Indonesia yang kemudian digunakan untuk keperluan masing-masing seperti *ekspor* dan *import*, serta para pengusaha bisnis *coffee shop*. Jumlah besar tersebutlah yang mendorong banyak pelaku bisnis atau pengusaha semakin banyak menyalurkan ide kreatif mereka untuk mengembangkan bisnis atau bahkan memulai dari bawah. Pada saat ini banyak *coffee shop* yang dapat kita temui pada setiap daerah. Membangun sebuah bisnis *coffee shop* merupakan hal yang tidak mudah tentunya. Dimulai dari biaya yang lumayan besar, menentukan kualitas kopi, menentukan menu yang akan dijual, hingga memiliki barista atau pelayan yang berkompeten dibidang mengolah kopi menjadi minuman. Penentuan kualitas seharusnya tidaklah sulit bagi para pengusaha *coffee shop* dan juga baristanya. Seperti yang diketahui bahwa Indonesia merupakan salah satu negara penghasil kopi yang sudah banyak melakukan *eksport* keluar negeri. Biji kopi yang berasal dari Indonesia memiliki banyak jenis seperti, kopi Gayo, kopi Sidikkalang, kopi Toraja, kopi Papua, dan juga kopi Luwak yang berasal dari kotoran hewan luwak. Kemudian biji kopi tersebut juga memiliki jenis lagi yang akan dibagi sesuai takarannya dan penggunaannya. Contohnya kopi Gayo yang dikenal dengan arabikanya, kemudian kopi Sidikalang masuk jenis kopi robusta, dan juga kopi Toraja yang memiliki 2 varian yaitu robusta dan arabika. Keberanian pebisnis dalam membangun usaha *coffee shop* didukung oleh statistik produksi kopi yang semakin meningkat setiap tahunnya.



Sumber : Media sosial Instagram Sebatas Kopi

Gambar 1.3

Gambar 1.3 Logo dan Menu Sebatas Kopi

Usaha kuliner minuman berbahan dasar kopi ini juga dikembangkan di sebuah daerah pariwisata di Kabupaten Toba yang terkenal dengan objek pemandangan Danau Toba. Pengembangan bisnis ini dilakukan di kota Balige yaitu dengan memiliki *coffee shop* bernama Sebatas Kopi. Sebatas Kopi ini menjadi salah satu *coffee shop* yang memiliki nama besar saat ini di kota tersebut dikarenakan memiliki banyak pelanggan setia yang menggemari kopi mereka. Sebatas Kopi sendiri didirikan oleh 2 pemuda yang bernama Yogi Ramadhoni dan Rian Tanjung. Mereka membangun usaha *coffee shop* ini secara bersamaan dan tidak langsung menjadi sebuah tempat yang digemari banyak pelanggannya. Sebatas Kopi pada awalnya melayani pemesanan via online saja atau sosial media yang kemudian akan mereka antarkan kepada pelanggannya. Namun seiring berkembangnya pelanggan yang menunjukkan minat terhadap Sebatas Kopi, pada akhirnya mereka membuka gerai untuk dapat dikunjungi secara langsung oleh pelanggan mereka. Sebatas Kopi setiap tahunnya mengalami peningkatan dari segi pelanggan, inovasi menu, hingga koneksi yang dapat melibatkan mereka disetiap pagelaran atau event besar pariwisata. Pelanggan yang bertambah banyak tentunya memiliki range usia yang berbeda-beda. Pelanggan Sebatas Kopi tidak hanya anak muda yang mengikuti trend kekinian saja. Melainkan banyak juga pelanggan yang merupakan orang dewasa atau bahkan anak-anak yang menggemari produksi kopi

mereka. Pelayanan yang mampu menarik perhatian pelanggan menjadi nilai positif perkembangan Sebatas Kopi. *Owner* sekaligus barista dari Sebatas Kopi memiliki komunikasi yang baik sehingga dapat melakukan interaksi dengan baik kepada pelanggan seperti bercanda gurau dan juga memberikan perasaan nyaman kepada pelanggan yang mungkin baru pertama kali datang ke Sebatas Kopi. Variasi menu yang juga semakin lama semakin berkembang menjadi tolak ukur meningkatnya pelanggan mereka. Seperti menu coffee mereka memiliki banyak variasi menu yang bahkan mereka ciptakan sendiri maupun basic seperti gerai kopi pada umumnya. Untuk menu coffee yang mereka ciptakan sendiri seperti Sebatas Aspal, Sebatas Kopi Susu, serta untuk menu coffee pada umumnya layaknya ekspreso, *coffee latte*, hingga cappuccino. Tidak hanya menyediakan menu berbahan dasar kopi, mereka juga menyediakan banyak menu *non coffee* yang dapat dinikmati bagi pelanggan yang tidak dapat meminum kopi. Contoh menu non coffee mereka seperti *lemon tea*, *matcha*, *red velvet*, *taro*, dan banyak lagi. Hal inilah yang membuat banyak pelanggan tidak takut untuk berkunjung ke Sebatas Kopi.

Seiring berjalannya waktu, semakin banyak pesaing yang melakukan bisnis serupa dengan Sebatas Kopi yaitu bergerak dalam bidang kuliner minuman perkopian di Kota Balige. Hal inilah yang akan menjadi permasalahan serta tantangan bagi Sebatas Kopi dalam menjalankan dan mempertahankan pelanggan mereka. loyalitas pelanggan merupakan faktor yang harus dipertahankan dalam suatu bisnis agar tetap berkembang. Selain itu loyalitas pelanggan juga dapat menjadi alat komunikasi dalam menyampaikan sebuah informasi tentang produk, merek, dan juga karakteristik kepada orang lain agar dapat percaya dan menjadi pelanggan baru bagi sebuah usaha. Hal ini juga disampaikan oleh Al-Rousan & Mohammad dalam (Albari & Atika, 2019) yang berpendapat bahwa, loyalitas pelanggan juga terjadi ketika seorang pelanggan datang dan membeli kembali serta merekomendasikan produk kepada orang lain tanpa menerima manfaat secara langsung dalam bentuk apapun. Loyalitas pelanggan merupakan aspek penting yang harus dipertahankan oleh Sebatas Kopi. Maka dari itu loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh beberapa aspek seperti kualitas layanan, kualitas produk, dan juga harga. Sehingga menimbulkan kepuasan pelanggan terhadap produk yang akan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dikarenakan puas dengan kinerja perusahaan serta dapat memenuhi ekspektasi, maka pelanggan sulit untuk dibujuk oleh pesaing. (Tjiptono & Diana 2015 : Naini et al., 2022).

Pada penelitian yang dilakukan saat ini memiliki kesamaan variabel dengan penelitian sebelumnya. Variabel tersebut seperti kualitas layanan, kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan, dan juga loyalitas pelanggan. Pada penelitian sebelumnya, yang menjadi objek penelitian adalah Ayam Goreng Bu Zuni dan berlokasi di Kota Magelang. Sedangkan pada penelitian yang sedang dilakukan, memiliki kebaharuan objek dan lokasi penelitian. Dimana yang menjadi objek penelitian adalah Sebatas Kopi dan berlokasi di Kota Balige. Penelitian ini akan dilakukan dengan melakukan survei kepada pelanggan Sebatas Kopi. Pelanggan tersebut lah yang menjadi responden untuk diberikan kuisioner dan di isi. Nantinya hasil dari survei akan diolah untuk diambil kesimpulannya dalam melakukan penelitian. Kemudian pada penelitian ini akan dilakukan uji mediasi yang menjadi pembeda dengan penelitian sebelumnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan di latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Sebatas Kopi?
2. Apakah kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Sebatas Kopi?
3. Apakah kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Sebatas Kopi?
4. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Sebatas Kopi?
5. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Sebatas Kopi?
6. Apakah harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Sebatas Kopi?
7. Apakah harga memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Sebatas Kopi?
8. Apakah kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi memiliki pengaruh positif antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan?
9. Apakah kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi memiliki pengaruh positif antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan?

10. Apakah kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi memiliki pengaruh positif antara harga terhadap loyalitas pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Sebatas Kopi.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Sebatas Kopi
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di Sebatas Kopi
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Sebatas Kopi.
5. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Sebatas Kopi.
6. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kualitas pelanggan di Sebatas Kopi.
7. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan di Sebatas Kopi.
8. Untuk menganalisis kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di Sebatas Kopi.
9. Untuk menganalisis kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Sebatas Kopi.
10. Untuk menganalisis kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi antara harga terhadap loyalitas pelanggan di Sebatas Kopi.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan kemajuan dalam bidang akademik. Kemajuan yang dimaksud merupakan memberikan pemahaman akademik dalam bidang manajemen pemasaran agar dapat melakukan proses bisnis dengan baik sehingga dapat menarik perhatian pelanggan. Maka dari itu penelitian diharapkan dapat membantu dalam bidang memajukan *service quality* dan *product quality* dalam berbisnis sehingga menimbulkan *loyalty* konsumen terhadap merek tersebut.

2. Manfaat Praktis

a.) Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan inovasi dan kreativitas Sebatas Kopi. Sehingga nantinya juga akan memengaruhi kualitas pelayanan dan kualitas produk mereka. Penelitian ini juga dapat membantu Sebatas Kopi dalam menentukan jangkauan harga produk kopi, sehingga dapat memengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

b.) Bagi Industri

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan juga membantu dalam menentukan harga pada industri perkopian. Kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik juga diciptakan dari lingkungan kerja yang sehat serta memiliki hubungan yang kuat dalam industri kopi.

1.5 Sistematika Penelitian

Bab 1 Pendahuluan

Pada bab yang pertama ini akan diberikan penjelasan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan juga sistematika penelitian.

Bab 2 Landasan Teori

Bab kedua ini akan berisikan kajian literatur, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, serta gambaran kerangka penelitian. Dengan adanya dukungan dari penelitian terdahulu, maka diharapkan dapat membantu topik penelitian agar memberikan hasil yang lebih baik untuk menguatkan landasan penelitian.

Bab 3 Metode Penelitian

Pada bab ini dijelaskan bagaimana metode dan teknik yang digunakan penulis untuk melakukan penelitian. Bagian yang akan dijelaskan berupa jenis penelitian, lokasi dan objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, prosedur penelitian, definisi operasional variabel, metode pengumpulan data, metode analisis data, dan uji instrument penelitian.

Bab 4 Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini akan menjelaskan hasil yang sudah didapatkan selama melakukan penelitian ini. Kemudian melakukan pembahasan terhadap temuan-temuan yang ada pada penelitian ini.

Bab 5 Kesimpulan dan Saran

Yang terakhir merupakan bagian dari kesimpulan dan saran penelitian. Kesimpulan yang akan diberikan adalah hasil dari seluruh bagian yang mencakup penelitian. Pada bagian kesimpulan akan diberikan point yang didapatkan selama melakukan penelitian. Kemudian memberikan saran terhadap penelitian atau objek penelitian.

