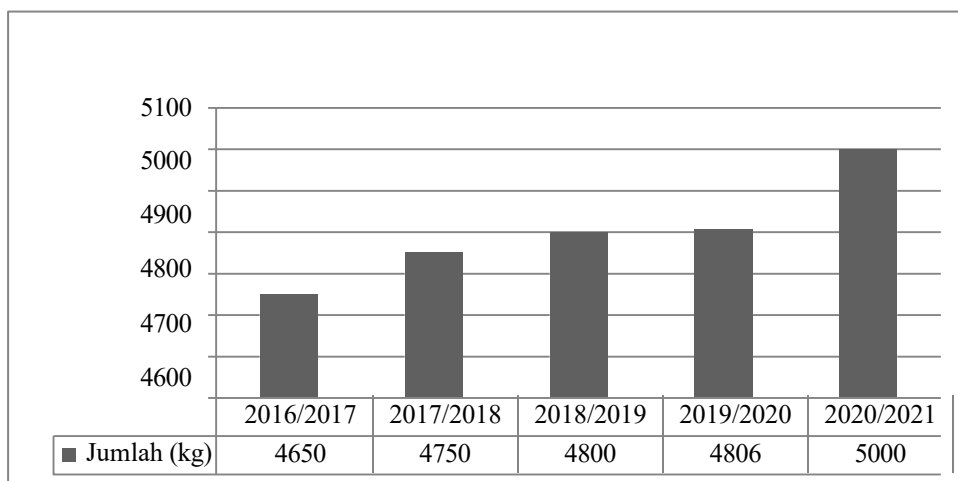


BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan bisnis pada era modern berlangsung sangat pesat sehingga menciptakan tingkat persaingan yang semakin ketat. Hal ini bisa dilihat dari perubahan pasar global yang di pengaruhi berbagai faktor seperti teknologi, ekonomi dan budaya. Setiap perusahaan bersaing memaksimalkan keuntungan sesuai dengan target yang diinginkan. Perubahan ini menuntut perusahaan untuk terus beradaptasi agar tetap relevan dan sesuai dengan keinginan konsumen (Budiarti, 2022).

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi diantara tanaman perkebunan yang lain. Kopi juga berperan menjadi sumber devisa negara serta menjadi sumber penghasilan bagi kurang dari setengah juta petani kopi di Indonesia (Rahardjo,2012). Kopi terus mengalami perkembangan menjadi salah satu minuman populer didunia yang dikonsumsi oleh berbagai kalangan masyarakat. Kopi memiliki efek kesehatan yang sangat baik karna mengandung senyawa kafein. Kopi saat ini terus mengalami perkembangan dan menjadi salah satu minuman populer didunia yang dikonsumsi oleh seluruh kalangan masyarakat (Rasmikayati, dkk 2023).



Sumber: Pusat data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian (2021)

Gambar 1. Data Konsumsi Kopi di Indonesia

Berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian konsumsi kopi nasional mengalami kenaikan disetiap tahunnya.

Konsumsi kopi nasional periode 2016-2021 diprediksi tumbuh rata-rata 8,22 persen per tahun. Secara keseluruhan konsumsi kopi didalam negeri mengalami peningkatan yang signifikan. Sebagian besar kopi yang dikonsumsi oleh masyarakat adalah kopi yang telah diolah dan siap untuk di konsumsi.

Meningkatnya konsumsi kopi menyebabkan berkembangnya industri kedai kopi di Indonesia. Usaha Kedai kopi mengalami perkembangan yang sangat pesat hingga menjanjikan sebuah keuntungan. Hal ini terjadi karena adanya fenomena atau tren nongkrong di kedai kopi. Fenomena ini menjadikan suatu peluang bisnis yang cukup menjanjikan meskipun persaingan di dunia usaha kedai kopi cukup ketat (Kurniawan, 2017).

Peran usaha mikro kecil dan menengah sangat penting dalam menopang keberlangsungan perekonomian di Kabupaten Ciamis. Dari data sektoral pemerintahan Kabupaten Ciamis jumlah UMKM sebagian besar jenis UMKM bergerak dibidang kuliner pada tahun 2023 berjumlah 17.327 dengan UMKM mikro sebanyak 16.772, usaha UMKM kecil sebanyak 415 unit dan usaha UMKM skala menengah sebanyak 140 unit.

Jenis UMKM yang banyak terdapat di Kabupaten Ciamis adalah usaha kedai kopi. Kedai kopi menjadi tren baru di masyarakat untuk dikunjungi. Kedai kopi merupakan tempat yang menyediakan berbagai pilihan menu dengan kopi sebagai bahan dasar utamanya. Saat ini kedai kopi tidak hanya tempat untuk menikmati kopi akan tetapi bisa menjadi tempat untuk berkumpul dengan teman dan melakukan berbagai aktivitas di dalamnya. Pada era sekarang kopi sudah menjadi bagian dalam kehidupan di masyarakat karena banyak orang mengunjungi kedai kopi tidak hanya untuk mencicipi kopi saja melainkan untuk menikmati suasana dan berlama-lama menghabiskan waktu (Fauzi, 2018).

Di Kabupaten Ciamis khususnya di Kecamatan Ciamis hampir disetiap jalan selalu terdapat kedai kopi. Pertumbuhan kedai kopi yang semakin pesat mencerminkan potensi ekonomi yang semakin tinggi. Dengan semakin banyaknya kedai kopi ini menunjukkan persaingan yang sangat ketat. Maka dari itu pemilik kedai kopi dituntut untuk terus berinovasi dalam menciptakan nilai tambah, baik dari segi produk maupun pelayanan agar tetap bertahan dan berkembang ditengah

persaingan yang ketat. Tabel 1 menunjukan jumlah kedai kopi di Kecamatan Ciamis.

Tabel 1 Jumlah Kedai Kopi di Kecamatan Ciamis 2025

No	Nama Kedai Kopi	Lokasi
1.	Kandis <i>Coffee eatery</i>	Jl. Jend. Sudirman No.60, Ciamis, Kec. Ciamis
2.	Kata Kopi	Jl. HOS Cokroaminoto No.17, Ciamis, Kec. Ciamis
3.	Taya <i>Coffee</i>	Jl. Ir. H. Juanda No.33A, Kotakulon, Ciamis, Kec. Ciamis
4.	Hollow <i>Coffee and space</i>	Jl. Koperasi No.11, Kertasari, Ciamis, Kec. Ciamis
5.	Shot Time <i>Coffee</i>	Jl. Stasiun No.48, Ciamis, Kec. Ciamis
6.	Imyou <i>Coffee</i>	Jl. Ir. H. Juanda No.92, Sikuraja, Linggasari, Kec. Ciamis
7.	Doi <i>Coffee</i>	Jl. Pajajaran, Lingk.Janggala, Ciamis, Kec. Ciamis
8.	Jendela <i>Coffee</i>	Jl. Rd. Okas Bratakusumah No.41-45, Ciamis, Kec. Ciamis
9.	Overtime <i>Coffee</i>	Jl. Ir. H. Juanda No.141, Kotakulon, Ciamis, Kec. Ciamis
10.	Dom <i>Coffee</i>	Jl. Rd. Okas Bratakusumah No.46, Ciamis, Kec. Ciamis
11.	Podjok stasiun	Jl. Stasiun No.41, Ciamis, Kec. Ciamis
12.	Kopi janji jiwa	Ciamis, Kec. Ciamis, Kabupaten Ciamis
13.	Djoenda 265 <i>Coffee</i>	Ciamis, Kec. Ciamis, Kabupaten Ciamis,
14.	Kedai kopi draja	Parkiran selatan masjid agung, Ciamis, Kec. Ciamis,
15.	Satir/ <i>Sitre</i>	Jl. Jend. Sudirman No.69, Ciamis, Kec. Ciamis, Kabupaten Ciamis
16.	Bike <i>Coffee</i>	Jl. HOS Cokroaminoto No.33, Ciamis, Kec. Ciamis
17.	Kedai kopi karib	Jl. Siliwangi I No.14, Maleber, Kec. Ciamis, Kabupaten Ciamis,
18.	Blisfull <i>Coffee2</i>	Jl. Ro. Oto Iskandardinata, Panyingkiran, Kec. Ciamis
19.	Haruma <i>Coffee</i>	Jl. Kesatrian No.3, Ciamis, Kec. Ciamis

Sumber: Data Primer diolah (2025).

Berdasarkan Tabel 1 hasil observasi jumlah kedai kopi di Kecamatan Ciamis sebanyak 19 kedai kopi. Hal tersebut menggambarkan banyaknya pesaing kedai kopi yang ada di Kecamatan Ciamis. Namun, pemilik kedai kopi berusaha memasarkan produknya dan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Strategi ini dirancang untuk menarik minat konsumen sehingga termotivasi untuk datang kembali. (Widagdo, dkk 2022). Mengunjungi kedai kopi tidak hanya sekedar meminum kopi, banyaknya konsumen yang memanfaatkan Kedai kopi

untuk melakukan aktivitas tertentu, seperti saat berkumpul dengan teman, menjalankan tugas, atau hanya sekedar melepas penat dari aktivitas sehari-hari.

Lebih Dari Coffee merupakan salah satu kedai kopi di Kecamatan Ciamis yang berdiri pada tahun 2017 yang beralamat di Jl Galuh 1. Harga yang ditetapkan oleh gerai kopi ini relatif lebih murah dibanding dengan pesain lainnya yang menjadi daya tarik bagi konsumen. *Lebih Dari Coffee* menawarkan sensasi produk yang berbeda dengan kedai kopi lainnya karena memiliki sistem pengolahan biji kopi yang diproduksi secara mandiri. Akan tetapi masih adanya keluhan yang diberikan oleh konsumen kepada owner *Lebih Dari Coffee*. Hal ini disebabkan beberapa kali *Lebih Dari Coffee* berganti karyawan serta menurunnya kualitas produksi biji kopi. Ditengah banyaknya pesaingan kedai kopi *Lebih Dari Coffee* tetap bertahan dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Dari fenomena yang terjadi perlu dilakukan penelitian berkaitan dengan kepuasan konsumen di *Lebih Dari Coffee* membahas tingkat kepentingan dibandingkan dengan tingkat kinerja pada kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Kotler dan Keller (2007) menyatakan kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul pada seseorang terhadap perbandingan kinerja hasil produk dengan yang dipikirkan terhadap produk yang di harapkan. Sunyoto (2013) menyebutkan kepuasan konsumen adalah bentuk penilaian konsumen dengan membandingkan kondisi yang ada dan kondisi yang diharapkan. Jika produk atau jasa yang diberikan oleh pelaku usaha sesuai dengan harapan maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya ketika produk atau jasa yang diberikan tidak sesuai dengan harapan maka konsumen tidak merasa puas dan kecewa.

Dalam mempertahankan kepuasan konsumen produk menjadi nilai penting bagi keberlangsungan perusahaan. Kotler dan Keller (2009) kualitas produk didefinisikan sebagai produk atau jasa yang memenuhi atau melewati harapan konsumen Dalam keberlangsungan perusahaan. Kualitas produk memiliki peran penting karena dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Tjiptono (2012) menyebutkan konsumen dapat menilai kualitas produk melalui 7 indikator kualitas produk yaitu kinerja (*performance*), keistimewaan (*features*), keandalan (*reliability*), kesesuaian (*conformance*), daya tahan (*durability*), estetika (*aesthetic*),

kualitas yang dirasakan (*perceived quality*). Konsumen pada umumnya lebih memilih dan rela mengeluarkan biaya lebih untuk memperoleh kualitas produk yang tinggi sesuai apa yang diinginkan.

Pelayanan yang baik akan memberikan keuntungan bagi suatu usaha serta memberikan kepuasan bagi konsumen. Menurut Tjiptono (2011) kualitas pelayanan adalah kegiatan dinamis yang berkaitan dengan jasa yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas pelayanan terbentuk ketika perusahaan memberikan pelayanan terhadap konsumen. Kualitas pelayanan memiliki 5 dimensi yaitu *tangible* (bukti Fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (tanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati). Dimana 5 dimensi ini dapat menimbulkan persepsi mengenai kualitas jasa terhadap suatu usaha.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan di *Lebih Dari Coffee*” dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan metode *Importance and Performance Analysis* (IPA).

1.2. Identifikasi masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana kesesuaian antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan di *Lebih Dari Coffee*?
2. Sub variabel apakah yang menjadi prioritas utama pada kualitas produk dan kualitas pelayan di *Lebih Dari Coffee*?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan di *Lebih Dari Coffee*?

1.3. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis tingkat kinerja dan tingkat kepentingan terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan di *Lebih Dari Coffee*

2. Menganalisis sub variabel mana saja yang menjadi prioritas utama pada kualitas produk dan kualitas pelayanan di *Lebih Dari Coffee*
3. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan di *Lebih Dari Coffee*

1.4. Manfaat penelitian

Dengan dilaksanakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Bagi penulis, diharapkan akan menjadi ilmu pengetahuan baru bagi penulis terkait dengan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja berdasarkan sudut pandang dari konsumen dan mengetahui secara spesifik alur sebuah penelitian dilaksanakan.
2. Bagi pengelola *Lebih Dari Coffee* dapat menggunakan hasil penelitian sebagai bahan masukan atau informasi dalam meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Bagi pembaca, sebagai bahan referensi bagi pihak lainnya untuk memperoleh informasi tambahan dalam menyusun penelitian/tulisan lebih lanjut.