

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi banyak terjadi perubahan dalam dunia bisnis, hal tersebut terjadi akibat perkembangan pengetahuan dan pola pikir masyarakat. Pola pikir masyarakat yang semakin berkembang menyebabkan kebutuhan juga semakin kompleks. Konsumen memiliki banyak pilihan dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen. Tidak heran jika saat ini banyak produsen baik barang maupun jasa yang bersaing dalam menciptakan produk (barang dan jasa) yang banyak dicari dan diminati oleh konsumen, salah satunya bisnis dalam bidang kuliner.

Bisnis kuliner mengalami perkembangan yang sangat pesat di Indonesia terbukti dari banyaknya pelaku bisnis yang menjalankan usaha dibidang kuliner, mulai dari pedagang kaki lima, bisnis catering rumahan, rumah makan atau restaurant hingga kafe yang banyak diminati oleh kalangan anak muda. Tingginya tingkat persaingan menuntut para pelaku bisnis untuk meningkatkan dan memaksimalkan kinerja perusahaan melalui strategi pemasaran yang tepat agar mampu bersaing dengan kompetitor. Persaingan bidang kuliner sebagaimana tersaji pada Tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1.1
Sub Sektor ekonomi kreatif yang tumbuh pesat di Indonesia

Sub Sektor	Jumlah Unis Usaha	Presentase
Kuliner	5,55 Juta	67,66 %
Fashion	1,23 Juta	15,01 %
Kriya	1,19 Juta	14,56 %

Sumber : (Bekraf, 2019)

Berdasarkan Tabel 1.1 data dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) bisnis kuliner menempati urutan pertama dengan presentase tertinggi yaitu sebesar 67,66% dan jumlah unit usaha sebanyak 5,55 Juta, dari total jumlah usaha sebanyak 8,2 juta usaha ekonomi kreatif di Indonesia. Jumlah persentase kuliner jauh diatas dua sub sektor lainnya yaitu fashion dan kriya yang masing-masing memiliki 15,01 % dengan jumlah unit usaha sebanyak 1,23 juta dan 14,56 % dengan jumlah unit usaha sebanyak 1,19 juta. Menurut Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) bisnis kuliner memberikan kontribusi sebesar 30% dari total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi Kreatif. Industri Kuliner memiliki potensi yang besar untuk berkembang.

Pekembangan bisnis kuliner di Jombang ditandai dengan banyaknya pelaku usaha dibidang kuliner, terdapat sekitar 2,626 Restaurant, Cafe, Bakery dan Bar di Jombang, data tersebut diperoleh berdasarkan peta lokasi keberadaan tempat usaha kuliner diseluruh wilayah Jombang, salah satu bisnis kuliner yang berkembang adalah Cafe. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu melalui survei yang dilakukan oleh Jombang kuliner dan juga peta lokasi mengenai jumlah cafe di Jombang pada tahun 2017 sebanyak 53, tahun 2018 sebanyak 61 dan pada tahun 2019 meningkat menjadi 76.

Meningkatnya jumlah cafe di Jombang membuat konsumen memiliki banyak pilihan untuk menentukan cafe yang akan dikunjungi, mengingat fungsi cafe yang saat ini mengalami pergeseran, bukan hanya tempat untuk menikmati sebuah hidangan namun telah menjadi ruang publik alternatif yang memiliki beragam fungsi seperti menikmati waktu bersantai, berkumpul dengan keluarga, kerabat dan teman. Disisi lain peningkatan jumlah cafe di Jombang juga mengindikasikan persaingan yang semakin ketat antar pelaku bisnis.

Tabel 1.2
Daftar cafe yang terkenal di kalangan anak muda

Nama Cafe	Alamat
Eazy coffe	Jl. Adityawarman No. 8, Kepanjen, Jombang
Emery caffe dan Bistro	Jl. Cak Durasim No.3, Kepanjen, Jombang
Nest coffe	Jl. Adityawarman No.85, Jombang
Friend eats & coffee	Jl. Pahlawan No.59, Kepanjen Jombang
Ko.mik Cafe	Jl. Pattimura III No.11, Jombang
Blumm cafe	Jl. Raya Perak, Jombang
Trivium Coffe	Jl. Raya Ploso, Jombang
Zabo Coffe & Resto	Jl. Urip Sumoharjo No.67, Kepatihan, Jombang
Cafe Starla	Jl. A. Yani, Bareng
Kedai Djati	Jl. Pahlawan No.67, Kepanjen, Jombang

Sumber : (idntimes, 2019)

Berdasarkan Tabel 1.2 terdapat 10 daftar kafe yang terkenal di kalangan anak muda di Jombang, salah satunya Blumm Cafe. Blumm cafe merupakan sebuah cafe dengan konsep vintage yang didirikan pada tahun 2015 yang berlokasi di Jl. Raya Perak Jombang, tepatnya berada di area SPBU Perak. Blumm cafe memiliki letak yang sangat strategis sehingga mudah dijangkau oleh para Customer. Meskipun tempatnya tidak berada ditengah kota, setiap hari selalu ada konsumen yang datang berkunjung untuk makan atau hanya sekedar beristirahat. Kondisi Blumm Cafe ini juga cukup tenang, sehingga

cocok bagi yang suka berkumpul bersama teman, komunitas, keluarga atau mengerjakan tugas sekolah maupun tugas kantor. Selain itu, blumm cafe juga menyediakan menu makanan yang beragam, dilengkapi fasilitas wifi, hingga live music sehingga membuat banyak pengunjung betah berlama-lama disana.

Gambar 1.1
Rating Penilaian Blumm Cafe



Sumber : ulasan peta lokasi (www.google.co.id)

Berdasarkan Gambar 1.1. Blumm cafe memiliki Rating 4,1/5 dengan ulasan sebanyak 269, dari 269 ulasan pengunjung, banyak yang memberikan bintang 5 yaitu 138, bintang 4 sebanyak 69 ulasan, bintang 3 sebanyak 41 ulasan, bintang 2 sebanyak 6 ulasan, bintang 1 sebanyak 15 ulasan. Rating bintang 5 menempati urutan pertama dengan ulasan terbanyak yaitu sebanyak 138 ulasan, hal tersebut mengindikasikan bahwa konsumen merasa puas setelah berkunjung ke Blumm cafe Jombang. Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen secara berkesinambungan yang terjadi setelah pembelian akan membawa dampak yang besar salah satunya adalah loyalitas konsumen.

Tabel 1.3
Data penjualan Blumm Cafe

Bulan	Laba Bersih Penjualan
September (2019)	Rp. 9.000.000
Oktober (2019)	Rp. 11.500.000
November (2019)	Rp. 12.000.000
Desember (2019)	Rp. 12.100.000
Januari (2020)	Rp. 12.200.000
Februari (2020)	Rp. 12.400.000

Sumber : (Blumm Cafe, 2020)

Berdasarkan data penjualan diatas, menunjukkan terjadinya Peningkatan pada omset penjualan (laba bersih) setiap bulannya. Pemilik Blumm Cafe memiliki target untuk omset penjualan (laba bersih) setiap bulan yaitu sebesar Rp. 12.000.000. Dari data penjualan diatas selama periode bulan September 2019 sampai dengan Februari 2020 hanya dua bulan yang tidak mencapai target tersebut yaitu bulan September dan Oktober, namun setelah bulan Oktober selalu terjadi peningkatan omset (laba bersih) bahkan hingga melebihi target yang telah ditetapkan oleh Pemilik Blumm Cafe.

Peningkatan laba bersih penjualan mengindikasikan jumlah pengunjung yang meningkat. Dalam perspektif perilaku konsumen mencerminkan adanya loyalitas pelanggan sebagai fokus penelitian ini. Peningkatan jumlah pengunjung bisa berasal dari konsumen baru atau adanya pembelian ulang oleh konsumen lama. Pembelian secara berulang yang dilakukan oleh konsumen lama mengindikasikan bahwa konsumen tersebut loyal terhadap Blumm cafe. Loyalitas konsumen merupakan sebuah sikap dan perilaku yang menjadi dorongan untuk melakukan pembelian produk (barang atau jasa) secara berkesinambungan dan teratur dengan intensitas yang sering

dan menyertakan aspek perasaan didalamnya, namun tidak hanya pembelian secara berulang tetapi juga memiliki komitmen yang kuat dan juga sikap positif terhadap perusahaan yang menawarkan produk (barang atau jasa) tersebut (Martika, 2017).

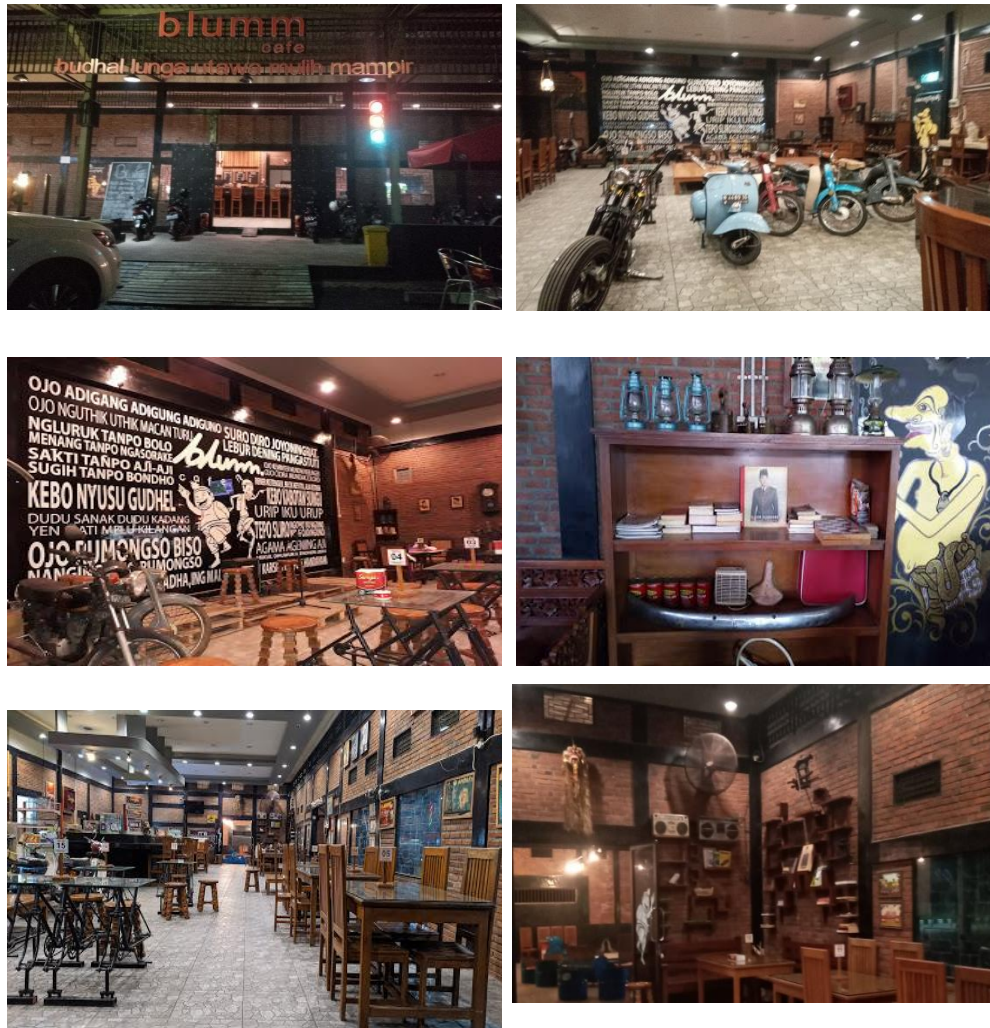
Menciptakan loyalitas konsumen merupakan salah satu tujuan dari perusahaan. Konsumen yang loyal menjadi aset yang berharga untuk perusahaan, jika banyak konsumen yang loyal maka akan meningkatkan pendapatan bagi perusahaan, pendapat yang sama juga dijelaskan oleh (Tjiptono, 2014), bahwasanya membangun loyalitas pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat yaitu dapat meningkatkan pertumbuhan pendapatan dan juga meningkatkan produktivitas, loyalitas konsumen untuk meningkatkan pendapatan salah satunya adalah dengan melalui positif *word of mouth*, ketika konsumen loyal maka dia akan bersedia merekomendasikan kepada orang lain dengan menceritakan hal-hal yang positif mengenai produk atau jasa yang digunakan dan berpotensi untuk menarik pelanggan baru. Manfaat loyalitas yang kedua adalah meningkatkan produktivitas dengan efisiensi biaya dalam melayani pelanggan lama cenderung lebih rendah dan pelanggan yang loyal tidak akan terpengaruh oleh tawaran perusahaan lain. Untuk menciptakan sebuah loyalitas konsumen, perusahaan khususnya dalam hal ini adalah cafe harus bisa memberikan yang terbaik untuk pelanggannya, tentunya dalam hal ini adalah mengenai produk makanan dan minuman. Namun tidak cukup sampai disitu, menurut beberapa penelitian tidak sedikit cafe yang menyajikan pilihan menu bahkan cita rasa yang serupa dalam spesifikasi persaingan yang hampir sama, hal tersebut dapat memungkinkan munculnya kejenuhan pasar.

Terjadinya kejenuhan pasar dapat berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen. Konsumen yang merasa jenuh akan berpotensi terhadap penurunan minat pembelian terhadap suatu produk. Banyak pelaku bisnis yang menyadari hal tersebut, oleh karena itu banyak cafe khususnya di Jombang berlomba untuk menciptakan sebuah ciri khas atau keunikan agar dapat memiliki nilai tersendiri bagi para pelanggannya. Untuk menciptakan kepuasan konsumen yang nantinya dapat berdampak pada loyalitas konsumen, sebuah cafe tidak cukup hanya memberikan yang terbaik dalam hal makanan saja tetapi juga dari faktor lainnya yaitu dengan memberikan kualitas layanan (*Service Quality*) yang terbaik dan juga menciptakan suasana cafe (*cafe atmosphere*) yang nyaman untuk pelanggannya.

Kualitas layanan merupakan bentuk penilaian terhadap tingkat layanan yang diterima dan dirasakan oleh konsumen (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan oleh konsumen (*expected service*). Kualitas layanan yang baik akan berdampak positif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan melakukan pembelian berulang serta berpotensi pada loyalitas konsumen (Yuwono, 2019). Pelayanan dikatakan baik dan berkualitas jika apa yang dirasakan oleh konsumen sama dengan yang diharapkannya atau bahkan melebihi dari kualitas pelayanan yang diharapkan. Harapan konsumen dapat tercermin dari pelayanan yang ramah, sopan santun, kecepatan dan juga ketepatan waktu menjadi nilai (*value*) penting yang diharapkan oleh konsumen. Blumm cafe selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk para pelanggannya, karena menyadari bahwa kualitas layanan yang baik merupakan salah satu kunci untuk dapat bersaing dan juga kunci kesuksesan sebuah usaha cafe.

Selain kualitas layanan, saat ini banyak cafe yang menawarkan desain konsep yang bermacam-macam, mulai dari konsep yang tradisional hingga moder, hal tersebut dilakukan untuk menciptakan suasana (*atmosphere*) yang nyaman untuk konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian. *Cafe atmosphere* merupakan keseluruhan dari aspek visual maupun non-visual yang sengaja diciptakan untuk memberikan stimuli indera konsumen agar melakukan pembelian dan memberikan kesan yang menarik dan menyenangkan (Wirija, 2014).

Gambar 1.2
Suasana Blumm Cafe



Sumber: Dokumentasi Blumm Cafe, 2020

Blumm cafe merupakan salah satu cafe yang didesain sedemikian rupa untuk menimbulkan kenyamanan bagi pelanggannya. Blum cafe menggunakan konsep vintage dengan tatanan ruang yang menarik disetiap sudutnya. Ornamen yang digunakan bernuansa kuno dan klasik mulai dari kursi, meja, ditambah hiasan lain seperti motor klasik, patung tokoh wayang semar, dan beberapa ornamen pendukung lainnya. Desain dinding dibuat simpel namun tetap sesuai dengan konsep vintage, dan salah satu dinding kaca dengan gambar semar dan beberapa tulisan pepatah jawa yang memiliki makna yang membuat seluruh ruangan terkesan tradisional namun bercampur dengan sentuhan modern. Pencahayaan yang digunakan tidak terlalu terang sehingga menimbulkan kesan yang tenang, ditambah lagi dengan adanya alunan musik yang membuat konsumen betah berlama-lama dan ingin kembali lagi kesana.

Meningkatnya laba bersih dari Blumm Cafe, pencapaian rating yang cukup baik dari para konsumen, dan pemilihan konsep yang berbeda dengan cafe lainnya tidak serta membuat konsumen merasa selalu puas, meskipun demikian terdapat beberapa keluhan yang dirasakan oleh konsumen saat berkunjung ke Blumm Cafe Jombang, antara lain:

Tabel 1.4
Daftar Keluhan Konsumen Blumm Cafe Jombang

No	Kategori Keluhan	Keluhan Konsumen
1.	<i>Service Quality</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya fasilitas kipas angin sehingga ketika siang dan cuaca panas terasa gerah. 2. Tidak adanya fasilitas kamar mandi dan musholla 3. Konsumen merasa kecewa karena terdapat beberapa menu yang dipesan selalu kosong.
2.	<i>Cafe Atmosphere</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suhu di Blumm Cafe terasa panas jika siang hari

Sumber: Konsumen Blumm Cafe Jombang, 2020

Dari tabel 1.4 tentang daftar keluhan konsumen Blumm Cafe Jombang dapat diketahui bahwa dengan adanya keluhan-keluhan dari konsumen menunjukkan bahwa terdapat beberapa konsumen yang merasa kecewa terhadap kualitas yang diberikan karena belum sesuai dengan keinginan dan harapan yang diinginkan oleh konsumen sehingga dapat mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen. Kondisi tersebut terjadi karena kurang optimalnya aspek kualitas dan pendukung yang diberikan oleh Blumm Cafe Jombang, baik dari kualitas layanan maupun suasana cafe sebagai faktor pendukung loyalitas konsumen, sehingga butuh dievaluasi kembali seberapa besar pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen.

Dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Martika, 2017), menyatakan bahwa *Service Quality* dan *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Dimana kualitas layanan yang baik adalah tingkat layanan yang diharapkan oleh konsumen sesuai dengan yang dirasakan oleh konsumen. Disamping layanan yang berkualitas, konsumen juga menginginkan adanya suasana cafe (*Cafe Atmosphere*) yang nyaman sebagai tempat untuk bersantai disamping fungsi utama cafe. Adanya *Service Quality* yang baik dan *Store Atmosphere* yang nyaman diharapkan dapat mendorong adanya keterikatan hubungan antara konsumen dengan perusahaan tersebut dan berdampak pada loyalitas konsumen. Studi ini dilakukan pada pelanggan Cafe La Mercy Food Court Citylink Bandung.

Penelitian lain yang dilakukan oleh (Wirija, 2014), mengenai pengaruh Kualitas Layanan dan *Store Atmosphere* terhadap Loyalitas Konsumen. Dari

hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Layanan dan *Store Atmosphere* (*Cafe Bali's Hangout*) berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dan kedua penelitian sebelumnya sama-sama menggunakan objek penelitian cafe dengan masing-masing variabel yang sama dan juga dengan hasil yang signifikan, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian judul “**Pengaruh *Service Quality* dan *Cafe Atmosphere* Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Blumm Cafe Jombang)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang diatas, maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Service Quality* Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen?
2. Apakah *Cafe Atmosphere* Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap Loyalitas konsumen.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Cafe Atmosphere* terhadap Loyalitas Konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi perusahaan mengenai faktor-faktor *Service Quality* dan *Cafe Atmosphere* yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen, sehingga dapat memberikan masukan kepada perusahaan dalam mengambil strategi pemasaran yang akan digunakan agar dapat mengembangkan bisnisnya kedepan.

2. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan baik secara teoritis maupun implementasi langsung mengenai penerapan dari teori-teori yang telah diajarkan dibangku kuliah maupun teori dari beberapa ahli.
- b. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Dan untuk pembaca umum dapat memberikan pengetahuan yang lebih mengenai Blumm Cafe Jombang.