

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring kemajuan dan perkembangan zaman, terjadi peningkatan gaya hidup masyarakat di Indonesia yang berdampak pada kebutuhan *refreshing*, salah satunya berkunjung ke *coffee shop*. Kopi adalah minuman yang menjadi daya tarik sendiri bagi masyarakat di Indonesia, munculnya beberapa *coffee shop* juga tidak terlepas dari gaya hidup masyarakat yang senang berkumpul. Dengan perkembangan kopi dan kedai kopi di Indonesia, di Bekasi juga sudah banyak ditemukan *coffee shop* salah satunya yang bernama Coffeeinn. Coffeeinn ini berdiri sejak 03 Agustus 2019, Coffeeinn adalah *coffee shop* yang memiliki tema *coworking space* dan tagline *Visit as Guest, Stays as Family*. Pemilik dari Coffeeinn adalah Bagus Prasetya. Beliau termotivasi untuk mendirikan Coffee shop di Kota Bekasi, tepatnya di daerah Rawalumbu dikarenakan beliau ingin memproduksi dan menjual kopi dengan harga yang terjangkau, tetapi dengan rasa yang berkualitas serta bahan atau barang yang proper agar bisa menjangkau daerah Rawalumbu, dikarenakan masyarakat di sekitar wilayah tersebut lebih tertarik dengan harga yang murah dan rasa yang berkualitas. Coffeeinn juga adalah *coffee shop* pertama yang berdiri di daerah Rawalumbu Kota Bekasi. Melalui visi dari Coffeeinn yaitu untuk mengedukasi masyarakat bahwa kopi itu tidak harus mahal dan misinya adalah untuk menciptakan komunitas pecinta kopi. Karena jumlah *coffee shop* di daerah Bekasi semakin meningkat maka persaingan bisnis ini semakin ketat dan menjadikan suatu tantangan dan ancaman bagi pengusaha kopi lainnya. Tantangan tersebut adalah bagaimana caranya mendapatkan kepuasan yang maksimal dari para pelanggannya supaya para pelanggan yang datang ke Coffeeinn tidak beralih ke *coffee shop* pesaing.

Tabel 1. 1Data Pendapatan Coffeeinn Sep 2022 – Jun 2023

Bulan	Pendapatan
September	Rp3.604.000
Oktober	Rp8.072.000
November	Rp8.795.000
Desember	Rp4.531.000
Januari	Rp6.307.500
Februari	Rp8.166.000
Maret	Rp6.735.000
April	Rp5.195.000
Mei	Rp5.648.000
Juni	Rp4.810.000

Sumber : Data Coffeeinn 2022-2023

Dilihat dari data di atas, pendapatan pada *coffee shop* Coffeeinn terbilang belum stabil dalam 10 bulan terakhir dikarenakan masih dalam tahap pemulihan, bahkan termasuk rendah bila dibandingkan dengan tahun tahun sebelumnya. Hal ini disebabkan *coffee shop* Coffeeinn sempat tutup sekitar 6 bulan karena pandemi Covid 19. Padahal diawal berdirinya Coffeeinn sampai sebelum tutup akibat pandemi, profit yang didapat lebih besar dari pendapatan 10 bulan terakhir ini, pendapatan Coffeeinn bisa mencapai sekitar 10-20 juta. Karena sempat tutup akibat pandemi, Coffeeinn ini kehilangan pelanggannya. Apalagi bisnis usaha kopi semakin banyak di Indonesia termasuk di daerah Bekasi, para pelanggan yang dulunya pelanggan dari Coffeeinn banyak yang berpindah atau beralih ke *coffee shop* lainnya. Hal ini berdampak pada profit dari Coffeeinn, yang seharusnya bisa menjaga kestabilan pendapatannya, justru pendapatannya menurun. Sebagai bisnis yang bergerak dibidang minuman dan makanan, pemilik usaha Coffeeinn pun harus mempertimbangkan beberapa pengeluaran yang harus diperhatikan, seperti membeli bahan baku, biaya sewa ruko atau toko yang dipakai, gaji karyawan, dan hal hal lain yang bersangkutan dengan usaha tersebut. Maka dari itu pemasukan dan pengeluaran harus sangat diperhatikan, supaya keuangan dari usaha tersebut tetap stabil untuk mendapatkan profit atau keuntungan yang maksimal demi keberlangsungan hidup usaha itu sendiri, jangan

sampai pengeluaran melebihi dari pemasukan di usaha itu sendiri. Jika pengeluaran membengkak dan melebihi pemasukan, suatu usaha pasti akan mengalami kerugian dan bisa saja bangkrut hingga usaha tersebut mengalami pailit atau bangkrut.

Tabel 1. 2 Hasil Prasurvei Variabel Kepuasan Pelanggan

NO	PERNYATAAN	YA	TIDAK
1	Kualitas produk dari Coffeenn membuat saya puas	3	7
2	Pegawai Coffeenn sigap dalam melayani konsumen	4	6
3	Merasa senang menjadi pelanggan Coffeenn	5	5
4	Harga produknya dapat dijangkau	10	0
5	Pembelian di Coffeenn termasuk biaya yang relatif murah	10	0

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil prasurvei kepada 10 responden diketahui bahwa beberapa responden merasakan ketidakpuasan terhadap produk yang diberikan Coffeenn, seperti rasa yang tidak konsisten disetiap pembeliannya. Hal ini berpengaruh juga terhadap produk yang ada di Coffeenn yang habis dikarenakan bahan baku yang tidak lengkap. Rasa yang tidak konsisten akan menjadi masalah bagi pelanggan, karena rasa yang konsisten membuat para pelanggan Coffeenn ini tetap bertahan dan tidak beranjak ke kedai kopi lain. Rasa kopi yang konsisten bisa menjadi kunci sukses dari sebuah bisnis kopi karena memiliki ciri khas dan tidak dimiliki oleh kopi lainnya.

Sebagai pelanggan kita pasti mengharapkan pelayanan yang bagus dan memuaskan, karena jika tidak, kita sebagai pelanggan akan merasa tidak puas. Maka dari itu *coffee shop* Coffeenn sebagai bisnis usaha dibidang minuman dan makanan harus bisa memberikan pelayanan yang diharapkan oleh para pelanggannya, karena kepuasan pelanggan bisa memberikan keuntungan pada *coffee shop* ini. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Hal seperti ini harus diperhatikan oleh Coffeenn

untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang ditawarkan demi memberikan kepuasan yang maksimal bagi para pelanggannya.

Perkembangan dunia usaha sudah memasuki era yang semakin maju, dimana semakin banyak perusahaan atau usaha bisnis baik disektor jasa, penjualan, dan lain-lain. Karena perkembangan zaman semakin meningkat, maka kondisi seperti ini yang memaksa perusahaan atau bisnis lainnya harus cepat beradaptasi dengan kondisi pasar yang sudah modern. Perkembangan teknologi informasi berkembang sangat pesat di era sekarang. Salah satu strategi untuk menjalankan bisnis yang kompetitif adalah fokus kepada pelanggan. Untuk fokus kepada pelanggan sebuah usaha atau perusahaan membutuhkan profil dari pelanggan mereka sendiri, ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan pelanggan, karena hal tersebut sebuah usaha harus bisa bagaimana caranya untuk memenuhi semua kebutuhan dari para pelanggannya dengan kata lain para pelanggan harus bisa merasa puas dari semua faktor yang dibutuhkan oleh mereka. *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan salah satu strategi tentang bagaimana cara mengoptimalkan keuntungan melalui hubungan yang baik dengan pelanggan. CRM ini sering digunakan dibidang usaha, karena sistem ini dapat membantu perusahaan atau bisnis usaha untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas.

Tabel 1. 3 Hasil Prasurvei Variabel CRM

NO	PERNYATAAN	YA	TIDAK
1	Saya diberikan kemudahan dalam mengakses Instagram Coffeinn untuk mendapatkan informasi	10	0
2	Saya menilai <i>customer care</i> dari pelayan Coffeinn menjaga hubungan baik dengan pelanggan	9	1
3	Saya menilai Coffeinn membina hubungan berkelanjutan yang baik dengan pelanggan	7	3
4	Saya menilai Coffeinn melibatkan pelanggannya dalam meningkatkan kualitas pelayanannya	3	7

Sumber : Data diolah penulis (2023)

Berdasarkan hasil prasurvei kepada 10 responden Coffeeinn, diketahui bahwa pada variabel *Customer Relationship Management* (CRM) dipengaruhi oleh banyaknya responden yang merasa dalam meningkatkan kualitas pelayanannya pelanggan tidak dilibatkan. Dalam hasil wawancara bersama pemilik Coffeeinn yaitu Bagus Prasetya, beliau mengatakan para pelanggan tidak terlibat dalam meningkatkan kualitas pelayanannya karena di setiap harinya Coffeeinn hanya ada satu barista yang melakukan shift, jadi sangat jarang untuk berinteraksi kepada para pelanggannya untuk menanyakan kualitas pelayanan hingga masukan dari pelanggan, yang sebetulnya perlu didapatkan untuk kemajuan Coffeeinn. Barista jarang berinteraksi kepada pelanggan dikarenakan harus melakukan beberapa kewajibannya, seperti *clear up area dine in*, menjaga bar, membuat produk, dan lain lain.

Tetapi pemilik Coffeeinn sendiri belum menerapkan sistem CRM ini, cara pendekatan kepada pelanggan yang diterapkan Coffeeinn ini hanya sebatas teman dekat atau pelanggan yang sering datang, sehingga para pelayan tahu menu apa saja yang sering dibeli oleh pelanggan tersebut. Sebagai usaha yang bergerak dibidang minuman dan makanan, sudah sewajarnya para pekerja memberikan kualitas pelayanan yang terbaik dan bisa memuaskan para pelanggannya. Dikarenakan pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain menciptakan kepuasan pelayanan yang berkualitas juga bisa menciptakan keuntungan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh pelayan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Menurut Tjiptono (2008:85) kualitas pelayanan adalah sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan.

Tabel 1. 4 Hasil Prasurvei Variabel Kualitas Pelayanan

NO	PERNYATAAN	YA	TIDAK
1	Penampilan barista atau pegawai rapi dan menarik	10	0
2	Pegawai Coffeeinn dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan para konsumen	9	1
3	Pegawai menginformasikan atau menawarkan promo-promo yang ada	9	1
4	Semua kebutuhan yang dicari konsumen pasti selalu ada di Coffeeinn	1	9
5	Pegawai Coffeeinn memberikan perhatian individual kepada para konsumennya	5	5

Sumber : Data diolah 2023

Berdasarkan hasil prasurvei kepada 10 responden diketahui bahwa beberapa produk yang dicari pelanggan tidak semuanya ada, ada beberapa kebutuhan produk yang tidak ada didalam menu dari Coffeeinn. Hal ini disebabkan karena menurunnya pendapatan berpengaruh terhadap bahan baku yang ada, beberapa bahan baku belum sempat terbeli karena Coffeeinn lebih mementingkan bahan baku untuk menu yang sering terjual saja, untuk beberapa menu yang tidak terlalu banyak diminati terkadang *out of stock* dikarenakan beberapa bahan baku yang kosong.

Menurut Tjiptono & Chandra (2016:157) adalah kualitas dapat diartikan sebagai keadaan dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, sumber daya manusia dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Hal ini menjadi perhatian khusus juga bagi perusahaan untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang ditawarkan. Karena setiap perusahaan diharuskan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan bertujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, akan timbul kepuasan pada pelanggan. Menurut Kotler & Armstrong (2012:41) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkatan dimana kinerja anggapan produk sesuai dengan ekspektasi pembeli. Suatu usaha perlu

memantau dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggannya. Semakin tinggi kepuasan pelanggan, maka semakin tinggi juga retensi pelanggan.

Dari faktor tersebut, membuka usaha kopi di Indonesia dapat dikatakan bisnis yang menjanjikan di masa yang akan datang, akan tetapi kita harus memperhatikan bagaimana caranya mempertahankan pelanggan yang ada. Sebagai pelanggan kita pasti mengharapkan pelayanan yang bagus dan memuaskan, karena jika tidak, kita sebagai pelanggan akan merasa tidak puas. Maka dari itu *coffee shop* Coffeeinn sebagai bisnis usaha dibidang minuman dan makanan harus bisa memberikan pelayanan yang diharapkan oleh para pelanggannya, karena kepuasan pelanggan bisa memberikan keuntungan pada *coffee shop* ini. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Hal seperti ini harus diperhatikan oleh Coffeeinn untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian di atas, saya sebagai peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Coffee Shop* Coffeeinn”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini dapat dirumuskan ke dalam masalah sebagai berikut ;

1. Apakah *Customer Relationship Management* (CRM) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Coffee Shop* Coffeeinn?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Coffee Shop* Coffeeinn?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun Tujuan dilakukannya penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Coffee Shop Coffeeinn*.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Coffee Shop Coffeeinn*.

Adapun manfaat dari penelitian ini, diantaranya :

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan untuk masalah yang dihadapi, terutama untuk memperhatikan kualitas pelayanan dan bisa menjalankan sistem *customer relationship management* pada *coffee shop Coffeeinn* untuk dapat mengoptimalkan kepuasan pelanggannya.
2. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan sebagai penerapan ilmu pengetahuan teoritis kedalam situasi nyata dan dapat dijadikan referensi atau acuan dalam pengembangan penelitian dibidang pemasaran.

1.4 Ruang Lingkup atau Batasan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, terdapat beberapa masalah yang harus di atasi, maka diperlukan adanya pembatasan masalah agar penelitian ini lebih terfokus. Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka permasalahan penelitian ini dibatasi pada :

1. Penelitian ini hanya terfokus pada variabel *customer relationship management* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada *coffee shop Coffeeinn*
2. Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan dari *coffee shop Coffeeinn* sebesar 100 responden pelanggan.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir ini, dibuat sistematika penulisan agar mudah dipahami serta dapat memberikan gambaran umum mengenai tugas ini. Sistematika pelaporan adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan yang akan berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini merupakan tinjauan pustaka yang berupa teori yang digunakan untuk yang berkaitan dengan topik penelitian guna mendukung penelitian yang mencakup teori-teori mengenai *Customer Relationship Management* (CRM), Kualitas Pelayanan , dan Kepuasan Pelanggan. Serta berisi penelitian terdahulu dan hipotesa.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas gambaran metode yang digunakan dalam penelitian yang terdiri dari desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai analisis terhadap hasil hasil penelitian yang kemudian akan digunakan untuk menjawab hipotesis masalah yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir sebagai penutup yang berisi simpulan berupa jawaban atas masalah masalah yang telah diidentifikasi. Selain itu, pada bab ini penulis akan mengajukan beberapa saran sebagai pertimbangan guna kemajuan semua pihak