

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini telah banyak berkembang berbagai inovasi produk dan jasa dengan berbagai bentuk kreativitas nya demi meningkatnya ekonomi dan kualitas hidup. Banyaknya organisasi yang tidak berkembang disebabkan oleh rendahnya inovasi dan kreativitas. Hal- hal yang berada di bidang kreativitas atau pun bergerak dibidang tersebut termasuk dalam industri kreatif. Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan dan juga bakat dari individu yang dimanfaatkan menjadi sebuah Industri Kreatif sehingga dapat menghasilkan lapangan kerja dan menciptakan kesejahteraan.

Menurut Sandiaga Uno di ICREFS 2023, Ekonomi kreatif memiliki konsep pemberdayaan masyarakat, jadi semakin banyak yang terlibat, maka akan semakin besar yang terdampak terhadap penciptaan lapangan kerja baru dan berkualitas. Apalagi ekonomi kreatif ini berasal dari sumber daya kreativitas yang tidak memiliki batasan. Tiap masyarakat bisa menghasilkan ide-ide, atau gagasan out of the box. Di Indonesia penyumbang terbesar PDB Ekonomi kreatif berada di sektor kuliner, menurut Data Kemenparekraf subsektor kuliner telah menyumbang sebanyak Rp. 455,44 triliun atau sekitar 41 persen dari total PDB ekonomi kreatif sebesar RP. 1.134 triliun pada 2022. Dari data tersebut masyarakat percaya bahwa bisnis dibidang kuliner sangat menjanjikan.

Pada saat ini banyak nya bisnis kedai kopi yang memiliki peluang besar di masyarakat Indonesia, karena semakin lama trean minum kopi semakin digemari

dari kalangan muda sampai kalangan berumur. Bisnis kopi juga menjadi bisnis yang bisa digapai, karena bisnis kopi ini bisa memiliki konsep yang berbeda-beda untuk setiap bisnis kopi, jadi banyak masyarakat yang berminat untuk berbisnis kopi dengan modal yang terjangkau. Dengan pasar yang terus ada dan banyak inovasi untuk meracik kopi itu sendiri, maka peluang untuk membuka ataupun franchise kopi juga menjadi pilihan untuk masyarakat.

Di tengah pertumbuhan ekonomi saat ini, banyak kebiasaan masyarakat untuk menikmati kopi di segala situasi, baik itu saat bekerja atau pun saat untuk melepas penat. Fenomena maraknya kopi sudah lama terjadi di Surabaya, dalam menikmati berbagai hidangan ataupun makanan, setiap orang mempunyai caranya tersendiri untuk menikmati, cara tersebut bisa memilih untuk menikmati kopi di Cafe mewah dengan pelayanan yang mewah, sehingga dia merasa puas untuk mengorbankan beberapa jumlah uangnya dengan pelayanan dan juga suasana yang ada di cafe tersebut.

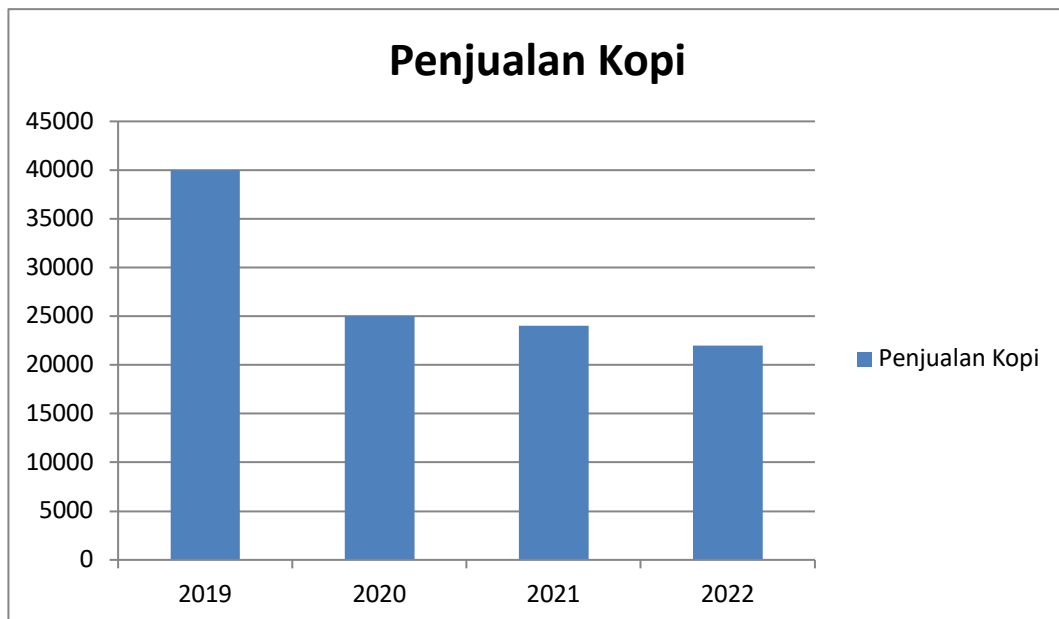
Starbucks merupakan perusahaan kopi terbesar di dunia, didirikan pertama kali pada tahun 1971 di Washington, Amerika Serikat. Starbucks berdiri di Indonesia pertama kalinya pada tahun 2002, Starbucks banyak menjual berbagai jenis minuman kopi atau pun non kopi, sandwich, pastry, dan juga tumbler. Termasuk di Surabaya, banyaknya kedai kopi tidak menurunkan standard sendiri untuk Starbucks, karena pada dasarnya semua kedai kopi memiliki pasar sendiri untuk konsumennya. Di kota Surabaya, banyak sekali gerai Starbucks, salah satunya Starbucks Pakuwon Mall.

Tabel 1.1
Top Brand Index

Nama Brand	2021	2022	2023
Excelso Coffee	0	7.50	0
Starbucks	49.40	49.20	0
The Coffee Bean	0	0	0

Dapat dilihat menurut top brand index bahwa di tahun 2021 ke tahun 2022 Starbucks Coffee mengalami penurunan, walau tidak terlalu banyak akan tetapi penurunan ini juga terdampak dari efek virus corona yang masih terjadi dari tahun 2020 sampai tahun 2022. Penurunan pendapatan Starbucks pada 2020 disebabkan pandemi corona global. Penurunan penjualan di China anjlok hingga 50% dibandingkan periode yang sama tahun 2019. Sementara, Starbucks di Amerika Serikat mengalami penurunan penjualan sebesar 3% dan membuat pendapatan bersih Starbucks turun sebesar 5% menjadi US\$ 6 miliar pada 2020. Sepanjang 2020, Starbucks telah menutup sekitar setengah dari toko yang dioperasikan di Amerika Serikat, dan lebih dari 75% di Kanada, Jepang, dan Inggris. Namun, kondisi tersebut tidak akan berlangsung lama.

Gambar1.1



Sumber : (Data diolah Penulis) Starbucks Pakuwon Mall

Berdasarkan gambar tersebut telah terjadi penurunan dari tahun 2022 ke 2023, pada tahun 2020 penjual kopi di Starbucks mencapai 13.000 cup, di tahun 2021 penjualan naik sebanyak 13.500 cup, di tahun 2022 naik sebanyak 14.200 dan kembali turun ke angka 14.000 cup. Menurut wawancara yang dilakukan penulis terhadap Barista Senior Starbucks Pakuwon Mall, banyak faktor yang mempengaruhi penurunan penjualan, baik secara pelayanan maupun suasana store. Kualitas Pelayanan adalah suatu sistem yang strategis melibatkan seluruh satuan kerja atau satuan organisasi dari mulai pimpinan sampai pegawai sehingga memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen (Dzikra, 2020). Pada Starbucks banyak sekali layanan yang diberikan mulai dari awal transaksi kita bisa request berbagai jenis kopi dengan add on topping dan flavor yang diinginkan, serta penawaran banyak diskon dan promo serta suasana yang

mendukung. Menurut Paila (2018:45), banyak orang membentuk kesan suatu tempat sebelum memasuki atau hanya setelah memasuki tempat tersebut. Konsumen bisa menilai sebuah tempat sebelum memeriksa barang dagangan dan harga pada tempat tersebut. Suasana tempat dapat mempengaruhi seseorang untuk menghabiskan waktu ditempat tersebut.

Jadi banyak sekali yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, baik itu kualitas pelayanan atau pun store atmospher, berikut tabel keluhan pelanggan yang penulis kumpulkan dari ulasan google Starbucks Pakuwon Mall :

Tabel 1.2 Ulasan Google Strabucks Pakuwon Mall

No	NAMA	KELUHAN
1	Halimatus Sakdiyah (Januari, 2023)	“ Udah sebutin apa yang mau dipesan, tapi mba nya gadenger, dan main sodorin menu tanpa permisi, pas pelayanannya raut mukanya flat banget dan gaada senyumnya.
2	Joshua Joseph K	(FOTO BARISTA) Orang tersombong di Starbucks di indonesia. Petama kali nongkrong si starbucks dapat pelayanan yang jelek hanya di pakuwon Surabaya, percuma jadi member gold hati2 sama orang ini yang datang di Starbuck Pakuwon mall siap-siap dapat pelayanan

		terburuk.
3	Nohara Sinosuke	Berlokasi di Pakuwon MALL surabaya, sedikit susah mencarinya, karena harus masuk ke sogo dulu tepatnya di lantai dasar. Saya juga harus masih tanya-tanya ke satpam.
4	Michella A	Ambience nya not bad dan terlalu warm sih, jadi untuk meeting yang menggunakan sample warna atau produk, diusahakan ambil tempat yang dekat dengan jendela dekat outdoor. Disini juga cukup ramai ya...
5	VELLYSYEN	Perasaan di starbucks itu ada pelatihan pelayanannya deh sebelum diterima, ini kok kasirnya gaada sopan santunnya ya sama pelanggan? Kurang pelatihan apa kurang sdm nerima orang yang kurang kompeten?

Sumber : Ulasan Google Starbucks Pakuwon Mall

Bisa dimengerti dari berbagai ulasan tersebut bahwa Starbucks Pakuwon Mall mempunyai image buruk dari beberapa pelanggan. Manengal (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang

berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Taraf kepuasan konsumen bisa diartikan sebagai tolak ukur dari kualitas pelayanan, dimana hal tersebut bisa dibandingkan dengan gerai kopi satu dengan yang lain, sebagai akibatnya konsumen bisa mengetahui perbandingan kualitas pelayanan gerai Starbucks Pakuwon Mall dengan gerai Starbucks yang lain.

Begitu pula dengan suasana yang ada di Starbucks Pakuwon Mall yang pencahayaan dianggap sedikit redup serta suasana yang tidak cocok untuk meeting menurut ulasan dari salah satu pelanggan. Menurut Edu Channel, pengertian Store Atmosphere adalah suasana kafe yang sangat berpengaruh bagi sebuah kafe untuk membuat pelanggan merasa betah saat memilih produk yang akan dibelinya. Menurut Kajian.Com Store Atmosphere adalah suatu kombinasi untuk merancang lingkungan dan atribut toko baik secara fisik maupun emosional seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, temperatur, musik, aroma, seragam dan sebagainya demi daya tarik dan membangkitkan keinginan pelanggan.

Store Atmosphere merupakan desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan bau guna merangsang perseptual dan emosi pelanggan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Store Atmosphere merupakan satu dari faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, store atmosphere yang ada dan tercipta membuat konsumen merasa berbeda untuk setiap kafe yang mereka datangi. Suasana kafe yang tercipta melalui eksterior,

interior, tata letak dan penerangan pada akhirnya dapat membentuk perasaan yang nyaman atau mengecewakan yang dirasakan oleh konsumen. Store Atmosphere merupakan ciri fisik dari suatu toko yang dapat menunjukkan image toko dan menarik konsumen (Sholehah ,2020).

Pada penelitian ini penulis menjadikan Starbucks Pakuwon Mall sebagai objek penelitian yang akan diteliti. Penelitian ini menarik karena seperti yang telah diketahui bersama bahwa Starbucks Pakuwon Mall merupakan gerai kopi yang mengharuskan tinggi kualitas pelanannya dan didukung dengan store atmosphere yang memadai agar berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan. Dengan ketatnya persaingan antara gerai kopi sesama starbucks maupun gerai kopi yang lain, seharusnya menjadikan Starbucks Pakuwon Mall lebih berhati-hati dalam setiap pelayanan dan juga suasana yang diberikan, mengingat banyaknya hal-hal yang bisa disajikan oleh para pesaing baik itu dari segi pelayanan ataupun dari store atmosphere. Untuk mampu bertahan dan bersaing secara ketat maka Starbucks Pakuwon Mall perlu inovasi dan kreasi untuk mempertahankan kan gerai mereka.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka penulis ingin melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Pelanggan Starbucks Pakuwon Mall Surabaya ”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh pada Kepuasan Pelanggan Starbucks Pakuwon Mall.
2. Apakah Store Atmosphere berpengaruh pada Kepuasan Pelanggan Starbucks Pakuwon Mall.

1.3 Tujuan Penelitian

Yang dapat diambil oleh penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Starbucks Pakuwon Mall.
2. Untuk mengetahui pengaruh Store Atmosphere terhadap Kepuasan Pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan untuk memutuskan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan selanjutnya.

2. Bagi Mahasiswa dan Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian berikutnya dan dapat menjadi informasi tambahan untuk peneliti yang ingin mengembangkan penelitian serupa di masa yang akan datang. Selain itu, merupakan wawasan tambahan mengenai kepuasan pelanggan.

3. Bagi UPN “Veteran Jawa Timur”

Hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan pembendaharaan perpustakaan sehingga dapat menjadi referensi untuk mahasiswa lain yang akan melakukan penelitian.