

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perubahan pola hidup masyarakat dalam era globalisasi seperti saat ini dapat ditandai dengan berubahnya gaya hidup (*life style*). Masyarakat lebih cenderung memilih meluangkan waktunya untuk sekedar bersantai dan berkumpul bersama teman di tempat yang dapat memberikan kenyamanan dalam beraktivitas. Oleh sebab itu, perkembangan industri kafe di Indonesia khususnya Jawa Timur cukup pesat.

Pit-Stop Kopi merupakan salah satu pelaku usaha di Bidang Warung kopi yang mengarah ke pasar semua kalangan dengan harga yang sangat mudah dijangkau oleh setiap lapisan masyarakat. Pit-Stop Kopi memiliki makna *brand*, arti Pit-Stop sendiri adalah sebagai tempat pemberhentian sejenak untuk menikmati kopi dan beristirahat untuk memulai aktivitas kembali atau menikmati suasana. Menurut Manajer *outlet* Pit-Stop Kopi, Pit-Stop Kopi KIG merupakan cabang *outlet* yang paling baru. Pit-Stop Kopi KIG memiliki potensi yang lebih signifikan dibandingkan dengan cabang *outlet* yang lain, karena lokasi yang sangat strategis tepat ditengah kota Gresik. Hal itu dapat diketahui dari banyaknya jumlah antrian pelanggan yang sering terjadi di Pit-Stop Kopi KIG. Pada penelitian ini, yang dijadikan objek tempat penelitian adalah Pit-Stop Kopi KIG.

Dalam menjalankan bisnis dibidang *food and baverage* tentunya harus memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumen yang membeli produknya. Baik atau buruknya kualitas pelayanan tersebut akan berdampak pada kepuasan

konsumen. Berdasarkan penelitian awal dengan metode wawancara terhadap 15 orang pelanggan Pit-Stop Kopi KIG yang dilakukan secara langsung diperoleh beberapa keluhan yang dirasakan oleh pelanggan, diantaranya yaitu :

Tabel 1.1 Survey awal ketidakpuasan pelanggan Pit-Stop Kopi KIG

No.	Faktor	Jumlah orang tidak puas
1.	Kurangnya jumlah kursi, hal ini terjadi ketika Pit-Stop KIG ramai akan pengunjung, dan kurangnya tempat untuk berkumpul	4
2.	Pesanan lama	5
3.	Tempat parkir terlalu kecil dan tidak beraturan	2
4.	Tempat kasir terlalu kecil	7
5.	Penjaga kasir kurang representatif hingga menyebabkan antrian terlalu panjang	5
6.	Tidak adanya fasilitas bagi pelayan untuk memanggil pelanggan, sehingga pelayan harus berteriak	1
7.	Daftar menu kurang jelas dan kurang variatif	6
8.	Kurangnya tempat <i>indoor</i> , sehingga apabila siang hari pelanggan akan merasakan teriknya panas matahari secara langsung, dan apabila terjadi hujan maka tempat untuk berteduh hanya terbatas	8
9.	Rasa yang tidak konsisten	1
10.	Kebersihan area restoran yang selalu terjaga.	3
11.	Fasilitas berupa kursi dan meja yang tersedia dapat memberikan rasa nyaman kepada konsumen restoran.	5
12.	Memiliki karyawan yang ramah dan memakai pakaian sesuai dengan SOP yang ada.	2
13.	Mampu memberikan harga yang sesuai dengan apa yang didapat konsumen.	2
14.	Kenyamanan dan keamanan yang dapat ditunjukkan di restoran.	2
15.	Waktu buka pukul 08.00 – 21.30 WIB setiap hari merupakan waktu yang tetap.	2
16.	Memiliki kemampuan cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan konsumen.	3
17.	Karyawan menerima pelanggan dengan sapa, senyum dan ramah	2
18.	Karyawan memahami kebutuhan / keinginan konsumen.	2

Dari hasil survey yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa kurangnya tempat *indoor* adalah persoalan utama yang menjadi keluhan konsumen. Namun survey tersebut dirasa belum mewakili tingkat kepuasan pelanggan seluruhnya. Permasalahan lain dari faktor eksternal adalah maraknya bermunculan pesaing dengan konsep sejenis. Oleh sebab permasalahan tersebut, dilakukan penelitian ini dengan tujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan dan menentukan strategi pemasaran yang sesuai.

Pada penelitian ini digunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*, SWOT. Menurut Widodo dan Sutopo (2018), *Customer Satisfaction Index (CSI)* merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa yang diukur. SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengetahui analisis dari tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Pada penelitian ini dilakukan analisis atribut-atribut yang menjadi kelebihan Pit-Stop Kopi KIG dan atribut-atribut yang mengurangi hasil nilai kepuasan pelanggan. Atribut-atribut tersebut juga akan didukung dengan *brainstoming* kepada pihak manajemen kemudian akan digunakan sebagai faktor internal untuk melakukan strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT. Strategi pemasaran tersebut diharapkan dapat menjadi pertimbangan pihak manajemen dalam menjalankan bisnis usahanya.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan yaitu :

“Bagaimana indeks kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index*?

Strategi pemasaran apa yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan metode analisis SWOT di Pit-Stop Kopi KIG?”.

1.3 BATASAN MASALAH

Adapun batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di Pit-Stop Kopi KIG
2. Metode yang digunakan dalam penelitian kepuasan pelanggan adalah *Customer Satisfaction Index (CSI)*.
3. Metode yang digunakan dalam penentuan strategi pemasaran adalah analisis SWOT.
4. Penyebaran kuisisioner dilakukan secara *online* kepada konsumen yang pernah melakukan pembelian di Pit-Stop Kopi KIG minimal 2 kali.
5. Penelitian ini tidak mempertimbangkan aspek biaya dalam penambahan fasilitas yang disarankan.

1.4. ASUMSI

Adapun asumsi-asumsi yang dipergunakan dalam penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Responden dapat memberikan jawaban yang jujur karena memahami pertanyaan yang diberikan melalui kuisisioner.
2. Perusahaan tidak melakukan perubahan kebijakan selama penelitian berlangsung
3. Penelitian dipengaruhi faktor cuaca.

1.5 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian dalam penyusunan skripsi ini adalah :

1. Untuk mengetahui tingkat indeks kepuasan pelanggan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI)
2. Untuk menentukan strategi pemasaran menggunakan metode SWOT pada Pit-Stop Kopi KIG.

1.6 MANFAAT PENELITIAN

Berikut manfaat penelitian dalam penyusunan skripsi ini adalah :

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang kepuasan pelanggan dan strategi pemasaran dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan SWOT.

1.6.2 Manfaat Praktis

Menjadi referensi atau pertimbangan untuk pihak manajemen Pit-Stop Kopi guna meningkatkan kualitas dan strategi pemasaran yang berdampak pada kepuasan pelanggan.

1.7 SISTEMATIKA PENELITIAN

Adapun sistematika dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang dari permasalahan skripsi yang diangkat, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi dasar-dasar teori yang digunakan untuk mengolah dan menganalisa data-data yang diperoleh dari pelaksanaan penelitian, yaitu teori mengenai kepuasan pelanggan dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), SWOT.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan langkah-langkah tentang bagaimana penelitian ini berlangsung yaitu segala hal yang dilakukan untuk mencapai tujuan dari penelitian. Pada hal ini dapat berupa gambaran atau urutan kerja menyeluruh

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai pengumpulan data, yaitu: data-data yang diperoleh dari hasil kuesioner. Dilanjutkan proses pengolahan data selanjutnya dilakukan analisis dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengetahui kepuasan pelanggan dan dilanjutkan dengan analisis SWOT untuk menentukan strategi pemasaran Pit-Stop Kopi KIG.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian serta saran hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**