

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Industri kuliner adalah bidang yang selalu berubah, penuh persaingan, dan sangat menarik serta memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Di era modern, industri kuliner berkembang dengan cepat karena kemajuan teknologi dan globalisasi serta juga terpengaruh oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin aktif (Hozeimah & Ulum, 2025). Minat masyarakat terhadap eksplorasi rasa baru dan pengalaman kuliner yang unik membuat pelaku usaha harus terus berinovasi agar mampu menarik perhatian konsumen. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, aspek kualitas layanan menjadi faktor penting dalam keberlangsungan sebuah usaha. Konsumen tidak hanya menilai dari segi rasa atau harga, tetapi juga mempertimbangkan pengalaman menyeluruh yang mereka dapatkan dari pelayanan. Selain itu, kenyamanan pembelian, yang meliputi aspek-aspek seperti letak toko yang mudah diakses, suasana toko, serta akses yang cepat, merupakan elemen kunci dalam membangun kepuasan pelanggan (Neneng & Zega, 2024).

Berdasarkan data (Data Industri, 2025), tren pertumbuhan industri makanan dan minuman Indonesia tahun 2011–2025, terlihat adanya fluktuasi yang cukup signifikan. Sejak tahun 2021 hingga proyeksi 2025, tren menunjukkan pemulihan dengan pertumbuhan yang relatif stabil dan cenderung meningkat. Hal ini menandakan bahwa sektor makanan dan minuman tetap memiliki prospek positif

dan terus menjadi salah satu pilar utama perekonomian nasional.

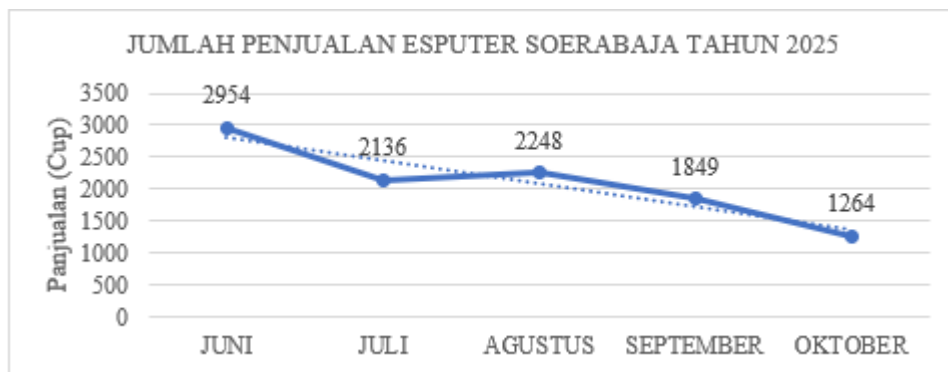


Gambar 1.1 Produk dan Logo Esputer Soerabaja

Dalam konteks ini, Esputer Soerabaja hadir sebagai salah satu usaha kuliner yang mengangkat es puter sebagai produk utama dengan konsep kekinian. Produk ini menasar segmen pasar luas, mulai dari anak muda hingga keluarga, dengan menawarkan pengalaman kuliner tradisional yang dipadukan sentuhan modern. Produk ini memiliki harga mulai Rp. 7.000,00- hingga Rp. 15.000,00- untuk setiap cupnya, dengan varian rasa ada sepuluh varian (varian yang tersedia tergantung musim) yang bisa dicampur semua.

Meningkatnya persaingan di industri kuliner menuntut Esputer Soerabaja tidak hanya mengandalkan inovasi produk semata, tetapi juga mampu menjaga dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Munculnya berbagai pelaku usaha

kuliner baru dengan konsep yang serupa maupun berbeda, strategi pemasaran yang agresif, serta pemanfaatan media digital yang masif menyebabkan konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan. Kondisi ini berpotensi menurunkan minat beli dan loyalitas pelanggan jika kualitas pelayanan yang diberikan kurang sesuai dengan harapan konsumen.



Gambar 1.2 Grafik Penjualan Eputer Soerabaja

Sumber : (Eputer Soerabaja, 2025)

Berdasarkan grafik 1.1, jumlah penjualan Eputer Soerabaja selama periode Juni hingga Oktober menunjukkan tren penurunan secara keseluruhan. Pola ini diperkuat oleh garis tren yang mengarah menurun, yang menandakan terjadinya penurunan kinerja penjualan secara konsisten dalam periode tersebut. Kondisi ini mengindikasikan adanya permasalahan yang perlu mendapat perhatian, seperti meningkatnya persaingan usaha kuliner, perubahan harapan dan persepsi pelanggan, serta ketidaksesuaian antara kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan dengan harapan yang diinginkan, sehingga diperlukan analisis kepuasan pelanggan sebagai dasar dalam perumusan strategi perbaikan.

Penelitian ini didahului dengan pelaksanaan pra survei yang bertujuan memperoleh gambaran awal tingkat kepuasan pelanggan pelayanan Eputer

Soerabaja. Pra-survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sederhana kepada sejumlah pelanggan yang sebelumnya pernah melakukan pembelian di *booth* Rungkut dan Gayungsari. Penyebaran kuesioner dilakukan pada awal bulan Februari 2026 hingga mencapai 30 responden. Instrumen yang digunakan mencakup beberapa atribut pelayanan, seperti akses lokasi, kecepatan pelayanan, dan kenyamanan tempat. Responden diminta untuk memberikan penilaian terhadap tingkat harapan dan kenyataan yang dirasakan. Hasil dari tahap awal ini menjadi dasar dalam penyusunan variabel penelitian yang lebih komprehensif serta penentuan atribut-atribut yang akan dianalisis lebih lanjut pada penelitian utama.

Tabel 1.1 Survey Awal Kepuasan Pelanggan Eputer Soerabaja

Variabel	Kode	Keterangan	Harapan	Kenyataan	GAP
X1 (<i>Tangibles</i>)	X _{1.1}	<i>Booth</i> Eputer Soerabaja terlihat bersih dan tertata rapi	3,73	3,23	-0,50
	X _{1.2}	Akses lokasi mudah dijangkau dan strategis	3,37	2,83	-0,53
	X _{1.3}	Kemasan produk rapi, menarik, dan aman	3,47	2,97	-0,50
	X _{1.4}	Kelengkapan fasilitas pendukung (kursi, tempat sampah, tisu, dll) memadai	3,60	3,20	-0,40
X2 (<i>Reliability</i>)	X _{2.1}	Es puter disajikan sesuai pesanan	3,57	3,10	-0,47
	X _{2.2}	Rasa es puter konsisten dari waktu ke waktu	3,53	3,10	-0,43
	X _{2.3}	Informasi harga pada menu sesuai saat pembayaran	3,70	3,07	-0,63
X3 (<i>Responsiveness</i>)	X _{3.1}	Karyawan sigap menjawab pertanyaan pelanggan	3,57	2,93	-0,63
	X _{3.2}	Proses antrean berjalan efektif	3,57	2,90	-0,67
	X _{3.3}	Karyawan tanggap membantu pelanggan tanpa harus diminta	3,57	3,03	-0,53
X4 (<i>Assurance</i>)	X _{4.1}	Karyawan bersikap sopan dan profesional	3,67	3,10	-0,57
	X _{4.2}	Bahan baku terjamin higienitasnya	3,70	2,93	-0,77
	X _{4.3}	Karyawan menguasai informasi produk dengan baik	3,47	2,80	-0,67
	X _{4.4}	Karyawan mampu memberikan rasa percaya kepada pelanggan	3,27	2,87	-0,40
X5 (<i>Empathy</i>)	X _{5.1}	Karyawan bersikap ramah kepada pelanggan	3,43	2,73	-0,70
	X _{5.2}	Terdapat perhatian pada kebutuhan pelanggan	3,60	3,07	-0,53
	X _{5.3}	Pelanggan merasa diperhatikan selama pembelian	3,63	3,13	-0,50
	X _{5.4}	Karyawan melayani pelanggan dengan sabar dan penuh perhatian	3,60	3,17	-0,43

Berdasarkan hasil pra-*survey* pada tabel 1.1, diperoleh temuan bahwa masih terdapat kesenjangan (gap) antara harapan pelanggan dan kinerja pelayanan yang dirasakan. Hasil perhitungan menunjukkan seluruh atribut pada dimensi kualitas pelayanan memiliki nilai kesenjangan negatif. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan belum mampu memenuhi harapan pelanggan. Pada dimensi *tangibles*, atribut akses lokasi yang mudah dijangkau dan strategis menunjukkan nilai GAP sebesar $-0,53$, yang menandakan bahwa lokasi dan kemudahan akses masih dirasakan kurang optimal oleh pelanggan. Pada dimensi *reliability*, atribut kesesuaian informasi harga antara menu dan saat pembayaran memiliki GAP sebesar $-0,63$, yang mengindikasikan adanya ketidakkonsistenan informasi harga yang berpotensi menurunkan kepercayaan pelanggan. Selanjutnya, pada dimensi *responsiveness*, proses antrean yang belum berjalan efektif menunjukkan nilai GAP $-0,67$, yang mencerminkan bahwa kecepatan dan ketanggapan pelayanan masih perlu ditingkatkan. Pada dimensi *assurance*, atribut higienitas bahan baku memiliki nilai GAP paling besar, yaitu $-0,77$, yang menunjukkan atribut kebersihan dan jaminan mutu produk tidak memenuhi harapan pelanggan. Sementara itu, pada dimensi *empathy*, sikap keramahan karyawan terhadap pelanggan menunjukkan nilai GAP $-0,70$, yang mengindikasikan perlunya peningkatan kualitas interaksi pelayanan. Dalam upaya keberlanjutan usaha di tengah persaingan industri kuliner yang semakin ketat, Esputer Soerabaja perlu melakukan evaluasi secara sistematis dan berkelanjutan terhadap tingkat kepuasan pelanggan, khususnya pada aspek kualitas pelayanan. Kepuasan

pelanggan memiliki peran strategis dalam membentuk loyalitas dan minat beli ulang, yang pada akhirnya berdampak langsung terhadap kinerja penjualan.

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Karimah, dkk. (2021) dan Hardani, dkk. (2022), penelitian mengenai kepuasan pelanggan umumnya dilakukan pada sektor pariwisata dan layanan kesehatan dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *GAP Analysis* untuk mengukur tingkat kepuasan serta mengidentifikasi atribut pelayanan yang perlu diperbaiki. Namun, penelitian sebelumnya masih terbatas pada satu objek penelitian dan belum secara spesifik membandingkan kualitas pelayanan pada beberapa lokasi pelayanan dalam satu usaha. Jadi, *novelty* atau keterbaruan pada penelitian ini terletak pada penggabungan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*, *GAP Analysis*, dan *Importance Performance Analysis (IPA)* untuk menganalisis kualitas pelayanan pada dua booth Esputer Soerabaja, yaitu *booth* Rungkut dan Gayungsari. Penelitian ini tidak hanya mengukur tingkat kepuasan pelanggan, tetapi juga memetakan atribut pelayanan berdasarkan prioritas perbaikan pada masing-masing *booth* sehingga dapat memberikan rekomendasi perbaikan pelayanan yang lebih spesifik dan sesuai dengan karakteristik setiap lokasi usaha.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka akan dilaksanakan penelitian yang berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan Esputer Soerabaja Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index*, *GAP Analysis*, dan *Importance Performance Analysis*”. Penelitian ini menjadi penting dilakukan untuk membantu memberikan masukan strategis kepada pihak Esputer Soerabaja dalam meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Dengan

menganalisis seberapa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan yang dirasakan pelanggan, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi dasar strategi peningkatan kualitas layanan yang lebih tepat sasaran. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi akademis bagi penelitian selanjutnya di bidang manajemen pemasaran, kualitas layanan, dan loyalitas pelanggan pada era pertumbuhan industri makanan dan minuman.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, maka dirumuskan suatu permasalahan yaitu:

1. Bagaimana nilai kepuasan pelanggan Eputer Soerabaja berdasarkan perbandingan antara harapan dan kinerja yang dirasakan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *GAP Analysis*?
2. Atribut pelayanan apa saja yang menjadi prioritas utama perbaikan berdasarkan hasil pemetaan *Importance Performance Analysis (IPA)*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengukur nilai kepuasan pelanggan Eputer Soerabaja berdasarkan perbandingan antara harapan dan kinerja yang dirasakan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *GAP Analysis*.
2. Mengidentifikasi atribut pelayanan yang menjadi prioritas perbaikan dan pemeliharaan berdasarkan pemetaan *Importance Performance Analysis (IPA)* serta memberikan rekomendasi strategis perbaikan pelayanan sebagai upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendukung peningkatan kinerja penjualan Eputer Soerabaja.

1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian ini memiliki arah yang jelas, permasalahan dibatasi sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian merupakan pelanggan Espoter Soerabaja yang pernah melakukan pembelian dengan datang secara langsung ke *booth*.
2. Penelitian ini hanya berfokus dalam analisis kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas pelayanan dan penentuan prioritas perbaikan layanan, tidak membahas aspek lain seperti strategi pemasaran, keuangan, maupun operasional secara mendalam.

1.5 Asumsi Penelitian

Pada penelitian terdapat asumsi sebagai berikut:

1. Responden yang mengisi kuesioner merupakan pelanggan yang pernah membeli dan merasakan produk Espoter Soerabaja minimal satu kali, sehingga dapat memberikan penilaian yang objektif.
2. Data yang diperoleh dari kuesioner dianggap jujur, valid, dan dapat mewakili persepsi serta kepuasan pelanggan secara keseluruhan.
3. Kondisi eksternal seperti harga kompetitor, tren pasar, dan faktor lingkungan diasumsikan tidak mengalami perubahan selama periode penelitian, sehingga tidak memengaruhi secara langsung hasil analisis.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian yang dapat diberikan bagi semua pihak adalah:

a) Teoritis

1. Memberikan kontribusi akademis terkait penerapan metode CSI, IPA, dan *GAP Analysis* dalam studi kepuasan pelanggan pada industri kuliner.
2. Menjadi referensi penelitian selanjutnya yang membahas kepuasan pelanggan khususnya pada usaha kuliner tradisional dengan konsep modern.

b) Praktis

1. Untuk Espoter Soerabaja, hasil penelitian dapat menjadi masukan untuk meningkatkan kualitas produk, pelayanan, dan strategi pemasaran sehingga lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen.
2. Bagi pelaku usaha kuliner lainnya, penelitian ini dapat menjadi pembelajaran bahwa pengukuran kepuasan pelanggan adalah langkah penting dalam mempertahankan loyalitas konsumen di tengah persaingan yang ketat.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika yang akan digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian dilakukan, batasan masalah, asumsi-asumsi, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori yang diperlukan, diambil dari beberapa literatur yang digunakan. Literatur tersebut antara lain, pelanggan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, *Customer Satisfaction Index*, *GAP Analysis*, dan *Importance Performance Analysis*, Pengukuran variabel serta pengujian data, dan penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang cara penelitian yang dipakai dalam penelitian ini, lokasi dan waktu pelaksanaannya, pengenalan serta penjelasan mengenai variabel yang digunakan, langkah-langkah dan cara pengumpulan data, serta cara pengolahan dan analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang penyajian dari hasil pengolahan data yang meliputi analisis data serta pendeskripsian data untuk membantu dalam penarikan kesimpulan selanjutnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan serta pemberian saran untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN