

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Yogyakarta merupakan kota yang terkenal dengan julukan kota pelajar. Menurut Hardiyanto (2018) sejak 2 tahun belakangan ini, jumlah mahasiswa yang sedang melakukan studi perguruan tinggi di Yogyakarta baik swasta maupun negeri terus bertambah melebihi angka 350.000. Besarnya jumlah pertumbuhan generasi muda yang menuntut ilmu di Yogyakarta merupakan peluang bagi para pelaku bisnis untuk menciptakan ide – ide kreatif dalam membuat usaha yang diminati oleh mahasiswa atau kalangan kaum muda. Bisnis yang terus meningkat pertumbuhannya di Yogyakarta adalah industri kuliner, salah satunya adalah Kafe.

Kafe merupakan salah satu tempat yang banyak diminati pemuda untuk bersantai dan diskusi dimana pengunjung bisa memesan minuman ataupun makanan. Berdasarkan temuan data dari Hartanto (2016) potensi usaha Kafe di Yogyakarta diperkirakan mencapai sebesar 800 Kafe dan saat ini yang sudah terdaftar adalah 600 Kafe. Banyaknya pelaku dalam usaha ini membuat persaingan menjadi semakin ketat sehingga para pelaku usaha ini harus mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Untuk itu mereka dituntut untuk dapat mempertahankan pangsa pasarnya dengan memperhatikan tingkat kepuasan dari pelanggan.

Pelayanan yang baik merupakan strategi yang penting dalam memenangkan persaingan. Ghobadian et al. (1994) menyatakan bahwa keberhasilan dalam suatu persaingan yang terus meningkat syaratnya adalah memberikan pelayanan yang terbaik. Hal ini dibuktikan dalam penelitian Rapert & Brent (1998) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik merupakan keunggulan bersaing secara berkelanjutan dan meningkatkan kinerja perusahaan di masa mendatang.

Dalam menciptakan pelayanan yang baik, pemilik usaha harus selalu mengembangkan strategi. Oleh karena itu, maka masing-masing pelaku bisnis harus memenuhi bahkan melampaui harapan dan kepuasan dari konsumen. Tidak hanya dengan

memberikan rasa puas dan perhatian terhadap pelanggan, tetapi juga merespon harapan pelanggan sehingga dapat menimbulkan kesan positif dari pelanggan. Untuk itu penting bagi suatu bisnis mengetahui persepsi dan harapan dari pelanggannya agar bisa mencapai keunggulan kompetitif dalam persaingan yang begitu ketat.

Untuk menganalisis kualitas pelayanan diperlukan metode SERVQUAL yaitu proses untuk menilai kualitas jasa perusahaan sesuai dengan persepsi konsumen dan dapat mengetahui harapan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan berdasarkan lima dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, dan *assurance*. (Mustaniroh et al., 2010). Sehingga dengan diketahuinya nilai *gap* antara persepsi dan harapan dari setiap dimensi dapat mengetahui tingkat kualitas pelayanan.

Setelah mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang diperoleh dari *gap*, kemudian menganalisa perbandingan antar *expectation* (harapan) dengan *perceived performance* (kinerja perusahaan) dalam mengukur kepuasan konsumen serta mengetahui kinerja dari setiap atribut dan langkah perbaikan kedepannya. Metode yang tepat untuk digunakan adalah dengan metode *Importance Performance Analisis* (IPA). *Importance Performance Analisis* (IPA) merupakan alat bantu dalam menganalisis atau yang digunakan untuk membandingkan sampai sejauh mana antara kinerja/pelayanan yang dapat dirasakan oleh pengguna jasa dibandingkan terhadap tingkat kepuasan yang diinginkan (Hawes & Rao, 1985). Hemmasi et al. (1994) mengungkapkan bahwa analisis ini digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan matriks empat kuadran yang menggambarkan koordinat dari kepentingan/harapan dan kinerja/persepsi.

Ada beberapa penelitian yang melakukan penelitian pada topik kualitas layanan diantaranya penelitian yg dilakukan oleh Wahyu (2018), menyatakan permasalahan yang dihadapi adalah kecekatan dan interaksi karyawan kepada konsumen dalam menyajikan dan mengenalkan produk atau jasa yang ditawarkan merupakan kunci dari pelayanan yang harus diperbaiki. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Jayamandau (2015) mengenai inovasi produk dan interior cafe di Cha-cha Milk Tea yang mempengaruhi tingkat kepuasan sehingga terjadi penurunan minat konsumen terhadap cafe ini. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Rahman (2015) bahwa sejauh mana kualitas cita rasa masakan sesuai dengan selera konsumen, pemilihan lokasi dan konsep pelayanan seperti apa dalam menghadapi konsumen sebagai permasalahan yang harus dihadapi pada studi kasus rumah makan Bambino's cara

de cafe. Oleh karena itu, dari penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan sangat mempengaruhi dalam omset dan persaingan cafe sehingga penelitian ini perlu dilakukan.

Havermeelkoek merupakan salah satu Kafe di Yogyakarta yang merasakan ketatnya persaingan dalam bisnis ini. Kafe Havermeelkoek adalah Kafe yang menawarkan kesan santai, tenang dan nyaman untuk berdiskusi dan berkumpulnya konsumen dengan teman ataupun relasinya atau hanya sekedar ingin bersantai menikmati makanan dan minuman. Sejak beroperasi mulai dari tahun 2015 sampai sekarang tidak mudah Kafe Havermeelkoek ini bertahan ditengah persaingan bisnis Kafe yang semakin ketat. Dalam perkembangannya Kafe Havermeelkoek telah berupaya mempertahankan konsumennya. Berbagai upaya telah dilakukan dalam menghadapi persaingan dengan usaha sejenis. Salah satunya dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya.

Berdasarkan uraian diatas mendorong penulis untuk melakukan penelitian di Kafe Havermeelkoek guna untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan diharapkan dapat memberikan usulan perbaikan layanan dalam merespon keluhan – keluhan yang masih belum terlaksana dengan baik. Kafe ini masih tergolong baru sehingga dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan dalam mengatasi keluhan-keluhan masih belum terlaksana dengan baik. Oleh sebab itu perlunya langkah yang tepat untuk mengatasi hal tersebut.

Salah satu langkah yang dapat ditempuh adalah dengan menganalisis kualitas pelayanan dari Kafe tersebut. Dari hasil penelitian ini nantinya dapat mengetahui bagaimana cara meningkatkan kualitas pelayanan sebagai dasar untuk evaluasi dan perbaikan kualitas kinerja pelayan berdasarkan atribut – atribut yang ada dan diharapkan dapat menjadi refrensi, masukan dan evaluasi untuk kafe Havermeelkoek dalam usaha peningkatan kualitas pelayan dan kepuasan konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlunya penelitian ini dilakukan:

1. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Kafe Havermeelkoek yang telah diberikan selama ini sesuai dengan harapan konsumen.
2. Mengetahui dimensi apa yang perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan Kafe Havermeelkoek.
3. Mengetahui usulan Atribut-atribut apa saja yang menjadi prioritas untuk diperbaiki guna meningkatkan kepuasan pelanggan Kafe Havermeelkoek?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tempat penelitian dilakukan hanya di Kafe Havermeelkoek Sleman, Yogyakarta.
2. Responden merupakan konsumen yang kebutulan ada ditempat penelitian untuk dijadikan sebagai sumber data.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Kafe Havermeelkoek yang telah diberikan selama ini sesuai dengan harapan konsumen.
2. Dapat mengetahui dimensi apa yang perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan Kafe Havermeelkoek.
3. Dapat mengetahui usulan perbaikan untuk diprioritaskan sebagai upaya meningkatkan kualitas pelayanan Kafe Havermeelkoek.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis
 - a. Dapat membandingkan teori dan kenyataan serta mengaplikasikannya pada instansi yang bersangkutan sehingga dapat menyiapkan diri dalam pengabdian terhadap bangsa dan negara sesuai bidang ilmu.
 - b. Menambah wawasan sehingga dapat mempertinggi kemampuan serta penguasaan terhadap ilmu pengetahuan yang didapat dibangku kuliah.
2. Bagi Instansi

Dari hasil studi ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peningkatan kualitas pelayanan serta mengetahui usulan apa saja yang diperlukan untuk memperbaiki kualitas pelayanan dengan kebutuhan konsumen.

1.6 Sistematika Penulisan

Sebagai gambaran jelas tentang penelitian yang akan dilakukan, secara garis besar sistematika laporan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab satu ini memuat latar belakang, rumusan permasalahan, batasan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Pada bab dua ini memuat kajian literatur induktif dan deduktif yang dapat membuktikan bahwa topik tugas akhir yang diangkat memenuhi syarat dan kriteria yang telah dijelaskan diatas.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab tiga ini memuat obyek penelitian, data yang digunakan dan tahapan yang telah dilakukan dalam penelitian secara ringkas dan jelas. Metode ini

dapat meliputi metode pengumpulan data, alat bantu analisis data, pembangunan model, desain dan *prototyping*.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab empat ini menguraikan tentang bagaimana menganalisa data tersebut. Hasil pengolahan data ditampilkan baik dalam bentuk tabel, maupun diagram. Yang dimaksud dengan pengolahan data juga termasuk analisis yang dilakukan terhadap hasil yang diperoleh. Pada sub bab ini merupakan acuan untuk pembahasan hasil yang akan di tulis pada bab V yaitu pembahasan hasil.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang hasil dari penelitian, dan kesesuaian hasil dengan tujuan penelitian sehingga dapat menghasilkan rekomendasi..

BAB VI PENUTUP

Pada bab enam ini penulis memberikan kesimpulan dari hasil yang telah didapatkan dari penelitian tugas akhir ini. Dan memberikan saran yang diperlukan untuk perbaikan pada masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN