

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Perusahaan

1.1.1 Profil Perusahaan

Sydwic Café merupakan salah satu café yang baru didirikan di Bandung sejak akhir 2016, Café ini berlokasi di Jalan Cilaki No 63, Cihapit, Bandung. Sydwic Kafe dikenal dengan nuansa Skandinavian pada interiornya. Café ini begitu *Booming* di Bandung sejak awal kemunculannya. Pendiri cafe ini awalnya adalah sekumpulan rekan dalam *creative agency* yang mempunyai mimpi untuk membangun sebuah *coffee shop* dengan atmosfer yang berbeda dengan *coffee shop* lain.

Awal berdirinya cafe ini hanya memiliki lahan yang sangat terbatas. Hingga pada akhirnya pihak manajemen Sydwic Café melakukan pembenahan dalam mengembangkan usahanya. Diantaranya adalah memperpanjang jam operasional menjadi enam belas jam sehari dan tujuh hari dalam seminggu. Tidak lupa pihak manajemen menambahkan fasilitas berupa penyediaan akses *wi-fi* gratis dengan kecepatan tinggi. Selain itu, fasilitas lainnya yang disediakan berupa sofa yang nyaman serta kursi-kursi yang terbuat dari kanopi kayu yang unik dan modern guna untuk memanjakan para pengunjungnya.

Sydwic Café membidik pasar kawula muda Kota Bandung, mulai dari pelajar sekolah, mahasiswa, sampai profesional muda dan mengusung konsep cafe yang berbeda dari biasanya. Desain interior dan eksterior Sydwic Cafe diusung dengan gaya *back to nature* untuk membuat sebuah ruangan dimana orang-orang dapat berkumpul bersama dengan nyaman. System pelayanan yang diberikan merupakan *self-service* ke setiap konsumen, dan ramah, sehingga membuat pelanggan merasa nyaman berada di Sydwic Café, dari yang hanya sekedar untuk duduk-duduk, berfoto, berkumpul bersama teman dan berdiskusi. Sydwic Café juga memiliki spesialisasi menu yang menjadi andalan yaitu *salted caramel apple pie* dan kopi.

Selain itu tema skandinavian yang di usung oleh Sydwic Café ternyata menarik banyak perhatian pengunjung karena *store atmosphere* nya. Sebab *store atmosphere* yang

menarik dapat membuat kepuasan tersendiri bagi konsumen dan kepuasan konsumen adalah prioritas utama bagi pihak manajemen Sydwic Café. Sebab hal tersebut akan berdampak positif bagi perkembangan usaha cafe itu sendiri.



Gambar 1. 1 Logo Sydwic Kafe Bandung

Sumber: Sydwic Kafe, 2019

1.1.2 Visi, Misi, Sydwic Cafe Bandung

Adapun Visi, Misi dari Sydwic Kafe Bandung yaitu:

A. Visi

Menjadi café shop terbaik di Bandung dengan menciptakan inovasi – inovasi terbaru guna untuk mempertahankan loyalitas dan kepuasan konsumen.

B. Misi

- 1.Menyediakan tempat yang nyaman untuk berkumpul dan bersantai.
- 2.Kepuasan pelanggan adalah prioritas.
- 3.Memberikan Pelayanan yang prima dan unggul.

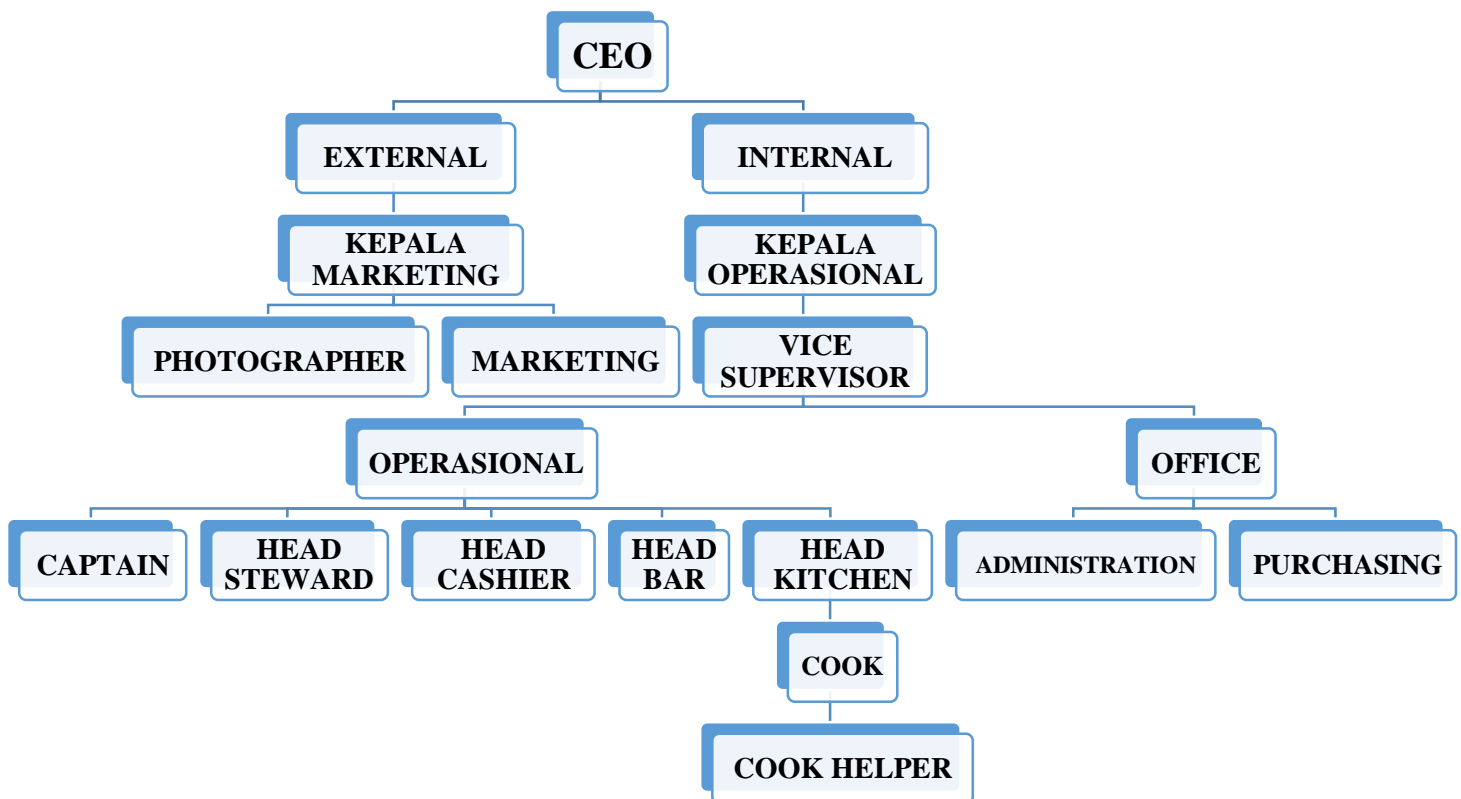
1.1.3 Produk dan Layanan

Sydwic Café merupakan salah satu café yang menyediakan makanan khas ala Eropa. Menu makanan yang di tawarkan bervariasi mulai dari menu *Appetizer* seperti *shepherd's pie*, dan *maincourse* yang menyajikan *beef rice bowl*, *chicken rice bowl*, dan *balacan fried rice* dan *dessert* berupa *caramel apple pie*. Selain itu Sydwic Café juga menyajikan beragam menu minuman mulai dari minuman dingin hingga minuman hangat berupa *coffee*, *tea* dan *juice*. Dengan harga yang bervariasi mulai dari Rp 25.000,00 s.d Rp

59.000,00 untuk makanan dan harga untuk minuman mulai dari Rp 8.000,00 s,d Rp 34.000,00.

Selain menu yang disajikan sangat beragam, Sydwic Café juga menyediakan area *outdoor* dan *indoor*, *wi-fi*, stopkontak di setiap sudut ruangan, Serta tidak lupa pula sentuhan dekorasi estetik di setiap ruangan dan alunan musik jazz merupakan salah satu fasilitas layanan yang di buat agar pengunjung merasa nyaman.

1.1.4 Struktur Organisasi Sydwic Café



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi Sydwic Café

Sumber: Manager Sydwic Cafe, 2019.

1.1.5 Store Atmosphere Sydwic Café

Berikut merupakan konsep *store atmosphere* yang dimiliki Sydwic Cafe antara lain:

1. Dari sisi luar bagian toko (*exterior*)

Tampilan depan Sydwic Cafe terlihat seperti cafe biasanya, namun interior dan pemilihan aksesoris putih pada pintu membuat toko terlihat indah. Mungkin ini yang ingin disampaikan oleh sang pemilik, bahwa Cafe ini memiliki unsur modern dan minimalis.



Gambar 1. 3 Sisi Luar Toko

Sumber: <http://duniakulinerbandung.com> diakses 5 Maret 2019

2. Dari sisi interior umum (*general interior*)

Ketika pengunjung memasuki area utama, maka pengunjung akan langsung merasakan suasana yang nyaman dan berbeda. Karena langit-langitnya terbuat dari kaca dan pada dindingnya di beri aksesoris alami berwarna abu. Selain itu, dipasang juga dekorasi tumbuh-tumbuhan pada dinding. Furniture dari meja dan kursinya juga diatur dengan warna putih, coklat, dan abu-abu. Kesan alami, cozy, dan modern-minimalis sangat terasa di Café ini.



Gambar 1. 4 Sisi Interior Umum

Sumber: <http://duniakulinerbandung.com> diakses 5 Maret 2019

3. Dari sisi letak toko (*store layout*)

Sydwic Cafe memiliki beberapa area dengan *layout-layout* yang berbeda. Sehingga konsumen dapat memilih tempat dengan sesuka hati. Dengan menawarkan *layout-layout* yang berbeda disetiap area, maka konsumenpun dapat merasakan suasana yang berbeda pula, seperti di area ruangan depan yang menyatu dengan Coffee bar, disini merupakan ruangan dilarang merokok dan di bagian ini merupakan tempat para pengunjung memesan makanan dan membayar.



Gambar 1.5 Sisi Letak Toko

Sumber: <http://duniakulinerbandung.com>, diakses 5 Maret 2019

4. Dari sisi interior (*point of purchase*) displays

Interior yang terdapat pada Sydwic Café berupa tanaman hijau, serta penghias dinding dengan aksen putih dan hiasan lampu minimalis yang menambah kesan estetik serta modern pada ruangan tersebut.



Gambar 1.6

Sumber: <http://duniakulinerbandung.com>, diakses 5 Maret 2019

1.2 Latar Belakang

Bandung merupakan kota wisata yang menyediakan wisata alam, wisata fashion serta wisata kuliner. Namun wisata kuliner masih menjadi industri kreatif favorit di Kota Bandung untuk menarik wisatawan. Berbagai produk kuliner, mulai dari makanan ringan hingga berat akan memanjakan wisatawan yang hinggap di Ibu Kota Provinsi Jawa Barat tersebut. Perubahan gaya hidup dan selera, pada masyarakat Kota Bandung disebabkan oleh pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi serta arus arus globalisasi yang pesat

Bisnis kuliner yang sedang berkembang pesat di Kota Bandung saat ini ialah bisnis kuliner yang dikenal dengan istilah “Café”. Ramainya masyarakat mengunjungi café dikarenakan konsep yang diusung café tersebut sesuai dengan gaya hidup orang Indonesia, khususnya masyarakat Bandung. Café yang memiliki harga makanan dan minuman murah, lokasi yang mudah di jangkau serta *design* yang unik pada café tersebut menjadi alasan utama masyarakat Bandung memilih café itu. Saat ini masyarakat mengunjungi café dan restoran bukan lagi sebagai kegemaran namun sudah menjadi kebutuhan utama dan gaya hidup masyarakat masa kini. Hal ini dimanfaatkan oleh pelaku bisnis di bidang kuliner khususnya restoran/café sebagai peluang usaha yang menjanjikan.

Sekarang ini cafe menjadi pilihan utama karena dapat menghadirkan berbagai macam makanan serta kenyamanan, mulai dari suasana yang ditawarkan dari café tersebut, berbagai kebutuhan yang diinginkan dalam satu lokasi, hingga tempat yang pas untuk menghilangkan stress, mengatasi suasana hati yang buruk, maupun hanya untuk menghabiskan waktu bersama keluarga dan teman. Hal seperti ini membuat para pengusaha dibidang kuliner membuka café dengan ide dan konsep baru agar terlihat lebih modern dan lebih menarik sehingga akan lebih disukai oleh konsumen.

Berdasarkan data yang diambil dari Badan Pusat Statitik Kota Bandung adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Restoran/Rumah makan di Kota Bandung 2016

Kategori	Jumlah
Restaurant	396
Rumah Makan	372
Café	14
Bar	13

Sumber: (www.bps.go.id, diakses 5 Maret 2015)

Persaingan bisnis kuliner di Bandung semakin ketat. Berdasarkan tabel 1.1 diatas penyebabnya adalah karena banyaknya restaurant, rumah makan, café serta bar di Bandung. Dalam kondisi saat ini pemilik café harus terus melakukan inovasi agar pelanggan tetap loyal dan merasa puas. Salah satu inovasi yang harus dilakukan oleh pemilik café adalah memperhatikan *atmosphere* café tersebut agar masyarakat tertarik untuk berkunjung. Ketika masyarakat berkunjung, mereka tidak hanya sekedar memesan menu, menikmati makanan lalu pergi lagi, tetapi konsumen disini akan melihat secara langsung dan merasakan suasana tempat (*Atmosphere*) pada café tersebut.

Sydwic Café adalah saah satu café yang yang juga tidak terlepas dari adanya *store atmosphere* dengan ide dan konsep yang baru serta menarik. Berdiri pada tahun 2016 di Bandung. Menu andalan pada café ini adalah *salted caramel apple pie*. Sydwic merupakan satu-satunya café di Bandung yang mengusung tema skandinavian dengan gaya dan menu khas ala Eropa Timur yang menampilkan budaya yang inspiratif dan kreatif.

Tabel 1.2
Data Costumer Traffic di Sydwic Cafe Bandung pada Tahun 2018

Bulan	Jumlah
September	2.070
Oktober	1.960
November	1.820
Desember	1.790
Total	7.640

Sumber: Manager Sydwic Cafe

Berdasarkan tabel 1.2 diatas terjadi penurunan pengunjung pada bulan September 2018 hingga Desember 2018. Menurut hasil wawancara dengan manager Sydwic, Fluktuasi jumlah pengunjung tersebut terjadi karena adanya persaingan bisnis dibidang kuliner. Banyak hal yang menjadi pertimbangan konsumen untuk menjadi loyal terhadap satu restoran. Beragam strategi diciptakan oleh para pemilik restoran untuk menarik pelanggan salah satu nya dapat tercipta dari suasana (*Atmosphere*) yang ditawarkan oleh resto tersebut. Namun faktor *store atmosphere* tidak menjamin konsumen untuk menjadi loyal. Ada faktor-faktor yang membuat konsumen menjadi loyal, salah satunya adalah faktor kepuasan pelanggan. Jika pelanggan merasa puas hanya dengan *Store Atmosphere* di Sydwic Café maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang, dan perusahaan tidak akan mengalami penurunan pengunjung. Di samping faktor *store atmosphere*, kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang bisa mengukur kepuasan pelanggan.

Menurut Lovelock dan Wirtz (2014:74) Kepuasan pelanggan adalah keputusan suatu sikap berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasikan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi..

Berdasarkan paparan di atas penulis melakukan survei pendahuluan terhadap 30 orang pelanggan Sydwic Café secara acak dan menanyakan tanggapan mereka terhadap kepuasan mereka dalam memilih Sydwic Cafe atas kenyamanan mereka pada pelayanan Sydwic Cafe. Data yang telah diperoleh diantaranya sebagai berikut:

Tabel 1.3
Survei Pendahuluan Mengenai Kepuasan Pelanggan Sydwic
Cafe

No	Dimensi	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju
----	---------	------------	--------	--------------

1	<i>Attributtes relate to product</i>	Harga makanan dan minuman di Sydwic Café terjangkau	9	21
2	<i>Attributtes relate to service</i>	Karyawan Cafe Sydwic cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan anda	11	19
3	<i>Attributes relate to purchase</i>	Ketika anda membutuhkan sesuatu karyawan Sydwic Cafe memiliki waktu luang untuk membantu anda	13	17

Sumber: Hasil Survei Pendahuluan Oleh Peneliti, 2019

Sydwic Café mengalami masalah dalam kepuasan pelanggan seperti yang diperoleh dari hasil survei pendahuluan yang di lakukan oleh penulis dengan menyebar kuesioner terhadap 30 pelanggan Sydwic Café dapat di lihat dari tabel diatas bahwa, pada pernyataan nomer 1 yaitu harga makanan dan minuman di Sydwic Café terjangkau, Hasil yang diperoleh yaitu 21 dari 30 responden menjawab tidak setuju, yang artinya bahwa pelanggan tidak setuju bahwa harga makanan dan minuman di Sydwic Café terjangkau dan harga yang ditawarkan terlalu mahal untuk kalangan pelajar dan mahasiswa.

Nomer 2 menyatakan bahwa karyawan Café sydwic cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan anda, dengan hasil yang diperoleh yaitu 19 dari 30 responden menyatakan tidak setuju, dapat disimpulkan bahwa karyawan sangat lamban dalam melayani permintaan konsumen.

Nomer 3 menyatakan bahwa ketika anda membutuhkan sesuatu karyawan sydwic café memiliki waktu luang untuk membantu anda, hasil yang

diperoleh adalah 17 dari 30 responden menjawab tidak setuju karena lamban nya pelayanan Sydwic Café dan kurangnya kepedulian karyawan terhadap konsumen tersebut yang membuat konsumen tidak merasa puas.

Hasil yang diperoleh dari survei pendahuluan yang telah dilaksanakan bahwa kepuasan pelanggan pada Sydwic Café masih cukup rendah. Data tersebut merupakan permasalahan kepuasan pelanggan pada Sydwic Café. Karena 21 dari 30 reponden menyatakan bahwa tidak menyetujui jika harga makanan dan minuman di sydwic café terjangkau. Hal ini dikarenakan, harga makanan dan minuman yang di jual oleh sydwic café tidak terjangkau oleh kalangan pelajar, hal ini menyebabkan kepuasan pelanggan menurun pada Sydwic Café.

Selain menyebar kuesioner mengenai kepuasan pelanggan, penulis juga melakukan survei pendahuluan tentang pengaruh *store atmosphere* pada Sydwic Café. Diantaranya sebagai berikut:

Tabel 1.4
Survei Pendahuluan Mengenai *Store Atmosphere* SydwicCafe

No	Dimensi	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju
1	<i>Exterior</i>	Bangunan di Sydwic Café menarik	19	11
2		Fasilitas tempat parkir di Sydwic Café memadai	10	20
3	<i>General Iterior</i>	Suhu udara di Sydwic Café sejuk	25	5
4	<i>Store Layout</i>	Kursi yang tersedia nyaman ditempati	23	7

5	<i>Interior Display</i>	Tema yang ditawarkan Sydwic Café menarik	23	7
---	-------------------------	--	----	---

Sumber: Hasil Survei Pendahuluan Oleh Peneliti, 2019

Berdasarkan hasil survei pendahuluan pada tabel 1.4 yang dilakukan oleh Peneliti, terdapat tanggapan yang baik mengenai *store atmosphere* di Sydwic Café. Pada pernyataan nomer 1 terdapat 19 responden yang menjawab setuju. yang berarti pelanggan menyetujui bahwa bangunan pada Sydwic Café menarik. Pada pernyataan no 2 yaitu fasilitas parkir di sydwic kafe memadai terdapat 20 responden menjawab tidak setuju dan dapat disimpulkan bahwa kurangnya lahan parkir untuk kendaraan beroda empat dan roda dua. Dan pada pernyataan no 3 hasil yang diperoleh adalah 25 dari 30 responden menyetujui bahwa suhu di Sydwic Café sejuk. Pada nomer 4 terdapat 23 reponden setuju bahwa kursi yang disediakan Sydwic Café nyaman untuk ditempati. Kemudian pada nomer 5 hasil yang diperoleh adalah 23 dari 30 responden mengaku setuju atas tema yang di tawarkan Sydwic Café sangat menarik.

Berdasarkan hasil survei di atas dikatakan bahwa *store atmosphere* di Sydwic Café baik. Namun masih ada beberapa hal yang menjadi masalah bagi konsumen diantaranya adalah, 20 dari 30 responden menyatakan tidak setuju jika fasilitas parkir di Sydwic Café memadai. Hal ini di karenakan, terlalu kecilnya lahan parkir untuk kendaran bermobil. Dan sangat mengganggu kenyamanan konsumen yang datang ke Sydwic Café Bandung.

Levy (Sophiah 2015:326) menyatakan *store atmosphere* adalah suatu rancangan dan desain lingkungan melalui komunikasi visual, warna, musik, pencahayaan dan penciuman merangsang persepsi dan emosi pelanggan, yang pada akhirnya akan mempengaruhi perilaku pembelian pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti ingin mengetahui sejauh mana pengaruh *store atmosphere* yang diciptakan oleh Sydwic Cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian peneliti mengangkat judul **“Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Sydwic Cafe Bandung”**.

1.1 Rumusan masalah

1. Bagaimana implementasi *store atmosphere* di Sydwic Cafe Bandung?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan Sydwic Cafe Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh strategi *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan Sydwic Cafe?

1.2 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Untuk mengetahui konsep *store atmosphere* di Sydwic Cafe Bandung
2. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap Sydwic Café Bandung
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan

1.3 Kegunaan Penelitian

A. Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, kontribusi teori dan memperkaya dunia keilmuan di dalam bidang atau dunia Pemasaran. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi referensi untuk penelitian lain kedepannya dalam kajian yang sejenis.

Aspek Praktis

Diharapkan dapat memberi tambahan wawasan kepada masyarakat atau pembaca. Selain itu juga dapat menjadi masukan kepada Sydwic Cafe Bandung dalam pengembangan tempat, strategi pemasaran dan sistem yang lebih baik.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian dilaksanakan mulai dari Februari 2019 sampai dengan April 2019. Adapun lokasi penelitian dilakukan di Jalan Cilaki No 63, Cihapit, Bandung.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan tentang objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematiks penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka penelitian teoritis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan metode penelitian yang digunakan. Cakupan bab ini meliputi jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, operasional variabel, populasi dan sampel, serta analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan menguraikan mengenai karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang dapat diberikan kepada perusahaan dan pihak-pihak lain yang membutuhkan.