

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

1.1.1 Sejarah Perusahaan

Lalune Coffee & Luncheonette adalah sebuah cafe dan restoran dengan mengusung konsep arsitektur minimalis dikombinasikan dengan konsep industrial dan warna netral. Lalune Coffee & Luncheonette pertama kali di dirikan oleh Insan Khalisia, Iqbal Hakim, Doni Cahyantowi, pada 20 Desember 2018 yang beralamat di Jalan Hegarmanah No. 12 Bandung. Lalune Coffee & Luncheonette memiliki desain yang unik dan nyaman untuk dijadikan tempat berkumpul bersama teman, keluarga dan kekasih.

Konsep interior yang menarik, pemilihan warna yang netral, objektif arsitektural dan minimalis menghasilkan kenyamanan bagi mata untuk berlama-lama sekaligus berkeliling cafe untuk berfoto. Tempat yang luas dan berbagai pilihan sudut tempat duduk tidak membuat konsumen merasa sesak. Yang menjadi icon tempat dari Lalune Coffee & Luncheonette adalah *rooftop* dengan pemandangan *skyscraper* kota Bandung dan juga pohon-pohon rindang disekeliling yang membuat suasana semakin sejuk. Lalune Coffee & Luncheonette dibagi dalam dua nuansa yaitu *indoor*, semi *outdoor* dan *outdoor*.

Lalune Coffee & Luncheonette beroperasi dari pukul 07.30 – 23.00 WIB. Selain tempat yang menjual, Lalune Coffee & Luncheonette juga memiliki berbagai pilihan menu yang beragam. Jenis makanan yang disajikan Lalune Coffee & Luncheonette kebanyakan adalah *Western Food*, seperti *steak*, *pasta* dan lain-lain. Selain itu beberapa varian masakan *Indonesian Food* tetap ditawarkan, seperti sop buntut, nasi goreng dan lainnya. Fasilitas lain yang ditawarkan dan menjadi faktor lain pengunjung datang adalah tersedianya WIFI gratis untuk mengerjakan tugas dan sebagainya. Lalune Coffee & Luncheonette fokus dalam hal pembuatan dan pemilihan kopi karena menyadari bahwa kopi yang baik adalah kopi yang disajikan dengan perhitungan yang benar. Selain itu, kopi yang digunakan pun adalah hasil langsung dari kebun milik sendiri dan diambil juga kopi-kopi terbaik dari para mitra petani lain. Dengan proses yang teliti, Lalune Coffee & Luncheonette percaya bahwa kopi yang disajikan adalah kopi terbaik.

1.1.2 Visi Misi Perusahaan

Memiliki visi dikenal sebagai Resto dan Cafe oleh banyak kalangan di Indonesia dengan mengutamakan kepuasan konsumen dan prinsip kerja yang dapat di andalkan. Memiliki misi melayani konsumen sebaik mungkin dengan memberikan makanan dan minuman secara maksimal dalam rasa atau penyajian.

1.1.3 Logo

Lalune Coffee & Luncheonette memiliki logo tetap yang digunakan untuk berbagai kepentingan perusahaan. Logo tersebut dapat dilihat pada gambar 1.1,



Gambar 1. 1 Logo Lalune Coffee & Luncheonette

Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2020

Filosofi dari nama Lalune itu tersendiri adalah mengkomunikasikan nilai dan layanan. Menunjukkan keintiman dan kenyamanan pribadi yang kemudian dicampur dengan bahasa Prancis kontemporer yang berarti “bulan” yang mewakili nilai dari rasa menenangkan.

1.1.4 Produk

Berikut produk yang ditawarkan di Lalune Coffee & Luncheonette, bisa dilihat pada gambar 1.2,



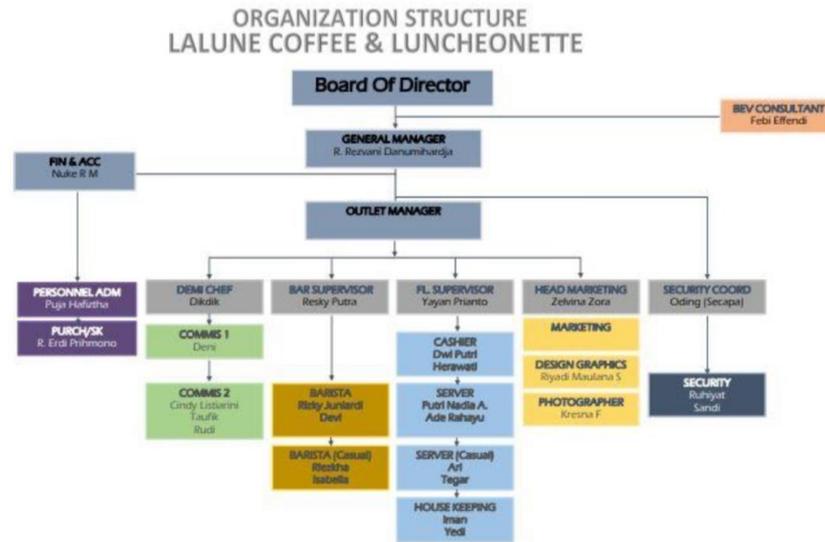
Gambar 1.2 Menu di Lalune Coffee & Luncheonette

Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2020

Produk yang ditawarkan oleh Lalune Coffee & Luncheonette beragam, dari mulai makanan dalam negeri hingga luar negeri. Dari kisaran harga Rp. 22.000 hingga Rp. 88.000 di pilihan menu termahal. Jenis makanan yang disajikan Lalune Coffee & Luncheonette kebanyakan adalah *Western Food*, seperti *steak*, *pasta* dan lain-lain. Selain itu beberapa varian masakan *Indonesian Food* tetap ditawarkan, seperti sop buntut, nasi goreng dan lainnya.

1.1.5 Struktur Perusahaan

Struktur organisasi Lalune Coffee & Luncheonette dapat dilihat pada gambar 1.3,



Gambar 1. 3 Struktur Organisasi di Lalune Coffee & Luncheonette

Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2020

Struktur organisasi perusahaan Lalune Coffee & Luncheonette adalah visualisasi tanggung jawab perusahaan, kewajiban dan tugas. Kekuasaan yang ada dalam perusahaan bertujuan memberi isi dan arah agar perusahaan dimudahkan dalam melakukan aktivitas untuk mencapai tujuan akhir yang diinginkan.

1.2 Latar Belakang

Sejak dahulu kala, Bandung sudah menjadi salah satu destinasi tempat wisata yang paling sering dikunjungi kala liburan tiba. Daya tarik yang ditawarkan Bandung ialah keindahan alam dan udara yang sejuk. Disamping itu, Bandung juga menyuguhkan beragam tempat wisata dan ramah transportasi. Bandung yang terkenal dengan julukan Kota Kembang ini juga memiliki banyak rekomendasi wisata kuliner yang lezat yang murah meriah. (www.kumparan.com, 2020)

Menurut Menpar (2015), Bandung bersama empat kota/daerah lainnya yakni Yogyakarta, Solo, Semarang, dan Bali, ditetapkan sebagai destinasi wisata kuliner Indonesia oleh Kementerian Pariwisata. Kedepan, kota-kota itu diharapkan bisa masuk dalam situs warisan dunia UNESCO sehingga makin memberi dampak positif bagi negara. Sektor kuliner memberikan kontribusi kepada pendapatan negara sebesar Rp 208,6 triliun dengan rata-rata pertumbuhan sekitar 4,5 persen pada tahun 2013 lalu. Sementara penyerapan tenaga kerja di sektor kuliner ini mencapai 3,7 juta orang dengan rata-rata pertumbuhan mencapai 26 persen. (www.disparbud.jabarprov.go.id, 2020)

Banyak cafe yang sekaligus mengusung konsep restoran, menjual berbagai makanan yang tidak kalah dengan rasa minumannya di Bandung. Mereka membuat tema seperti itu agar perusahaannya memiliki ciri khas dari perusahaan lain. Bukan hanya dari tema *venue* nya saja, akan tetapi dari interior, makanan, minuman pun disesuaikan dengan tema perusahaan mereka. Di Bandung ini sangat banyak cafe yang memiliki ciri khas tersendiri, mulai dari interiornya sampai ke *service* yang diberikan. Berikut cafe di Bandung yg memiliki tema unik, sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Analisis Cafe Bertema Unik Di Bandung

No.	Nama Cafe	Keunikan	Alamat
1.	Lalune Coffee & Luncheonette	Gaya prancis, Interior <i>Industrial architecture</i> .	Jl. Hegarmanah No.12, Hegarmanah, Kec. Cidadak, Kota Bandung, Jawa Barat 40141
2.	Gormeteria	Mengutamakan kenyamanan dalam bentuk interior tempat dan juga rasa makanan.	Jl. Pasir Kaliki No.176, Pasir Kaliki, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40173
3.	One Eighty Coffee and Music	Menyediakan aneka kopi dan makanan, disertai suasana nyaman dgn bangku ditengah kolam renang dan pepohonan.	Jl. Ganesa No.3, Lb. Siliwangi, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132
4.	Roemah Nenek	Rumah makan dengan konsep klasik jaman dahulu yang membuat pengunjung merasa nyaman.	Jl. Tm. Cibeuying Sel. No.47, Cihapit, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40114
5.	Cafe Halaman	Tempat nongkrong dengan atmosfer santai dan rumahan ini menyajikan aneka menu Eropa, oriental, dan Indonesia.	Jl. Tamansari No.92, Lb. Siliwangi, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132

Sumber: Olahan Penulis, 2020

Salah satu dari banyaknya cafe sekaligus resto di Kota Bandung ada Lalune Coffee & Luncheonette. Lalune Coffee & Luncheonette memiliki segmen pasar *middle to high*, serta memiliki target pasar anak muda hingga keluarga. Bisa dilihat dari harga yang ditawarkan,

sesuai dengan kualitas makanan dan minuman yang dijual. Sehingga Lalune Coffee & Luncheonette harus memenuhi kepuasan pelanggan pada segmen tersebut.

Dibandingkan dengan berbagai cafe yang bersaing dengan Lalune Coffee & Luncheonette, mereka memiliki keunikan tersendiri namun Lalune Coffee & Luncheonette memiliki keunikan seperti berikut:

1. Mengusung gaya prancis.
2. Menampilkan konsep tempat industrial architecture yang sangat *instagramable* yang menarik hati para konsumen untuk berfoto. Cocok untuk *photo product* dan foto *pre-wedding* di Lalune Coffee & Luncheonette.
3. Tempat bisa disewa untuk berbagai *event*, seperti acara keluarga hingga *birthday party*, sesuai dengan kebutuhan konsumen.
4. Menawarkan pemandangan *skyscraper* Kota Bandung.
5. Menyediakan WIFI gratis bagi para pengunjung.

Menurut situs yang dimuat Badan Pusat Statistik Bandung jumlah Restoran/Tempat makan yang ada di Bandung bersumber dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung adalah sebagai berikut:

Jumlah Restoran/Rumah Makan di Kota Bandung, 2016

Kategori	Jumlah
Restourant	396
Rumah Makan	372
Cafe	14
Bar	13

Sumber/Source: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Gambar 1. 4 Gambar Jumlah Restoran/Rumah Makan di Kota Bandung, 2016
Sumber: www.bandungkota.bps.go.id, 2020

Menurut gambar yang tercantum, jumlah restoran di Bandung sebanyak 396 dan jumlah cafe di Bandung sebanyak 14 pada tahun 2016, namun pada fenomena yang terjadi ditahun 2020 ini jumlah cafe lebih meningkat lagi dikarenakan gaya hidup masyarakat yang telah berubah. Berikut data kenaikan Restoran/Rumah Makan di Bandung menurut Badan Pusat Statistik Kota Bandung:

Tabel 1. 2 Tabel Jumlah Restoran/Rumah Makan di Kota Bandung, 2016-2018

Kota	Tahun	Jumlah
Bandung	2016	795
	2017	899
	2018	961

Sumber: www.bandungkota.bps.go.id, 2020

Lalune Coffee & Luncheonette memiliki kapasitas sebanyak 150 orang serta memiliki berbagai macam fasilitas yang sediakan pengelola untuk konsumen. Namun masih ada keluhan yang masuk dari konsumen yang sudah datang berkunjung, di antaranya koneksi internet yang kurang stabil, toilet yang bermasalah hingga pelayanan yang mengecewakan. Untuk mencapai kepuasan pelanggan yang maksimum, Lalune Coffee & Luncheonette harus memperhatikan produk dan jasa yang dihasilkan, serta kualitas pelayanan yg terpelihara.

Menurut Priansa (2017:338) menyatakan bahwa *word of mouth* (WOM) merupakan salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk mengurangi biaya promosi dan alur distribusi perusahaan. *Word of mouth* dapat memengaruhi orang lain, image, pikiran, serta keputusan mereka. *Word of mouth* terbentuk dalam suatu grup karena pada kenyataannya konsumen lebih percaya orang lain daripada iklan yang diluncurkan perusahaan. eWom (*electronic-word-of-mouth*) berpengaruh pada keputusan berkunjung konsumen terhadap cafe dan resto. Baik foto, video dan ulasan berupa kalimat. Kepercayaan konsumen menjadi hal yang sangat penting dalam era *big data* untuk mempengaruhi keputusan berkunjung konsumen yang lain. Seperti ulasan yang dicantumkan konsumen yang telah berkunjung ke Lalune Coffee & Luncheonette pada Google Review. Google Review adalah salah satu fitur yang dibuat oleh Google untuk seluruh alamat yang tercantum pada peta Google. Google Review biasanya hadir pada saat pengguna mencari sebuah tempat atau telah mengunjungi sebuah tempat. Semisal, saat kita telah mengunjungi suatu restoran, tanpa sadar saat pulang akan muncul pemberitahuan untuk mengulas restoran tersebut.

Menurut data yang diperoleh dari Google Review yang terakhir penulis akses pada 24 Maret 2020, Lalune Coffee & Luncheonette memperoleh ulasan sebanyak 598. Konsumen yang memberikan bintang satu sebanyak 14, bintang dua sebanyak 12, bintang tiga sebanyak 50, bintang empat sebanyak 151 dan bintang lima sebanyak 371. Berikut jumlah review dalam bentuk diagram lingkaran:



GAMBAR 1.5

Jumlah Review Yang Diterima Lalune Coffee & Luncheonette

Sumber: Google Review Lalune, 2020

Berbagai kritik dan saran dituliskan para konsumen yang telah datang untuk menikmati produk dan jasa dari Lalune Coffee & Luncheonette. Berbagai masalah yang menurut konsumen harus diperbaiki agar Lalune Coffee & Luncheonette bisa lebih baik kedepannya telah penulis rangkum sebagai berikut:

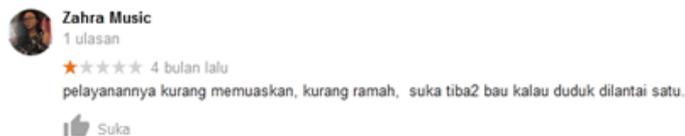
Tabel 1.3

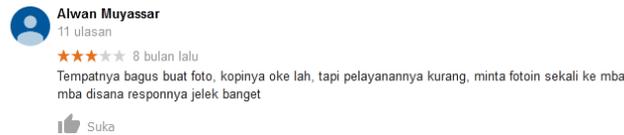
Jenis-jenis komplain yang diterima

Jenis Komplain	Jumlah
Pelayanan	20
Makanan & Minuman	9
Kebersihan	7

Sumber: Diolah Oleh Penulis, 2020

Pada pelayanan, penulis menemukan berbagai opini yang berbeda mengenai kualitas pelayanan Lalune Coffee & Luncheonette yang belum begitu bagus. Contoh ulasan dari beberapa konsumen yang kecewa terhadap pelayanan di Lalune Coffee & Luncheonette:





Gambar 1. 6 Keluhan dan komentar dari konsumen
Sumber: Google Review Lalune Coffee & Luncheonette, 2020

Berdasarkan keluhan dari konsumen yang sudah berkunjung ke Lalune Coffee & Luncheonette dalam Google *review*, hal tersebut membuktikan bahwa Lalune Coffee & Luncheonette belum memenuhi kebutuhan konsumen dari segi pelayanan yang memuaskan. Seperti perekrutan pelayan yang tidak memiliki sopan santun, pelayan yang tidak ramah tamah dan masih ada lagi masalah dari segi kenyamanan tempat juga lain-lain.

Konsumen akan dengan mudah mendapatkan kepuasan terhadap perusahaan apabila perusahaan sudah memahami perilaku konsumen. Kepuasan konsumen Lalune Coffee & Luncheonette ditentukan salah satunya dari pelayanan yang unggul baik dari segi kenyamanan dan keamanan dari pelayanan tersebut, termasuk dari keramahan para pelayan dan suasana tempat yang nyaman. Menurut Zainal (2017:173) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap suatu produk baik barang maupun jasa, yang seharusnya sesuai syariat dengan kenyataan yang diterima.

Salah satu cara mempertahankan pelanggan adalah memberikan kesan yang baik dan pelayanan yang memuaskan. Tepat dalam meningkatkan kualitas pelayanan, Lalune Coffee & Luncheonette diharapkan bisa memberikan kepuasan terhadap pelanggan, sehingga dapat tercipta loyalitas pada pelanggan. Pelanggan yang loyal adalah kepentingan utama perusahaan, jika perusahaan kehilangan pelanggan maka bukan hanya kehilangan penjualan di masa depan tapi juga kehilangan transaksi dari konsumen yang sudah datang dan merasa tidak puas.

Pada dasarnya layanan yang diberikan Lalune Coffee & Luncheonette cukup baik karena ulasan yang dibagikan konsumen dalam Google *review* juga banyak yang positif, akan tetapi terdapat beberapa permasalahan seperti kurangnya kualitas dalam pelayanan, hal ini lah yang menjadi faktor penurunan kualitas layanan di Lalune Coffee & Luncheonette. Berdasarkan permasalahan di atas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui kualitas pelayanan yang ada di Lalune Coffee & Luncheonette, oleh karena itu penulis mengambil judul **“ANALISIS SERVICE QUALITY MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) PADA LALUNE COFFEE & LUNCHEONETTE KOTA BANDUNG 2020”**

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana harapan pelanggan dari kualitas pelayanan di Lalune Coffee & Luncheonette?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan atas pelayanan di Lalune Coffee & Luncheonette?
3. Apa saja aspek-aspek yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Lalune Coffee & Luncheonette?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui harapan pelanggan dari kualitas pelayanan di Lalune Coffee & Luncheonette
2. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan atas pelayanan di Lalune Coffee & Luncheonette
3. Untuk mengetahui apa saja aspek-aspek yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Lalune Coffee & Luncheonette

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Penelitian diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai kualitas pelayanan. Dan hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi maupun menjadi referensi bagi pihak lain yang membutuhkan untuk melakukan penelitian dengan topik yang sama.

1.5.2 Aspek Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi yang bisa digunakan oleh perusahaan di masa yang akan datang. Dan juga diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan sebagai saran yang nantinya dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan juga untuk mengetahui keinginan konsumen terhadap layanan yang ditawarkan perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan akhir ini berisikan tentang penjelasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka didalamnya diuraikan mengenai landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, seperti penelitian terdahulu dan kerangka penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai uraian pendekatan, metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisa data yang dapat menjelaskan masalah penelitian.

BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam Bab ini berisi hasil dan pembahasan yang diuraikan secara sistematis dengan menggunakan metode penelitian yang ditetapkan dan hasil pengolahan data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah diuraikan pada Bab sebelumnya dan juga saran untuk perusahaan terkait.