

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Gambaran Umum Bober Café

Bober Café berdiri pada awal tahun 2004 dimulai dari sebuah *resto* tempat berkumpul anak muda. Juni 2008 Bober Cafe memulai untuk mencoba memperluas area, memberikan fasilitas berteknologi tinggi guna memberikan rasa kepuasan tertinggi bagi pelanggan. Fasilitas teknologi internet gratis tanpa batas dengan kecepatan tinggi telah menjadikan tempat Bober Cafe sebagai salah satu tempat paling favorit bagi anak muda dan kaum profesional lainnya. Bober Cafe memulai untuk menafsirkan keduanya, teknologi dan selera yang baik dari para musisi lokal kota Bandung, ditampilkan dalam sebuah sajian *live music* tiga kali dalam seminggu setiap hari Rabu, Jumat dan Sabtu.

Keanekaragaman menu dan jenis makanan Bober Cafe juga terdiri dari keseimbangan dan kesadaran akan asupan nutrisi, yang tentunya dengan citarasa tinggi ditambah dengan pengalaman seorang koki *café* yang profesional. Menu spesial di Bober Cafe adalah *seesha smoking*, kopi dan kue kering. Bober Café telah memiliki banyak pelanggan dengan menu andalannya yaitu racikan kopi spesial dengan kue kering yang disajikan kepada para pelanggannya dengan tambahan fasilitas Wifi yang membuat pelanggan merasa nyaman saat berkumpul di Bober Café. Konsep Cafe yang dihadirkan tidak sama dari kebanyakan resto dan tempat makan yang dapat ditemui di kota Bandung.

Kini Bober Cafe telah memiliki banyak pelanggan yang menghabiskan waktu yang lebih banyak di Café. Berdasarkan permintaan tersebut Bober Café pun kini memperpanjang jam operasional dengan membuka pintu selama 24 jam dalam sehari dan 7 hari dalam seminggu. Hingga saat ini Bober Café telah berdiri selama hampir 6 tahun, dan selama itu juga Bober Café terus memberikan segala bentuk pelayanan dan fasilitas terbaik yang dapat dijumpai di kota Bandung.

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi

Menjadi Cafe pilihan utama bagi orang – orang yang berjiwa muda.

Misi

Memberikan pelayanan dan fasilitas yang nyaman dan mengesankan bagi pelanggan Cafe.

1.1.3 Logo Perusahaan

Bober Café memiliki logo tetap yang digunakan di setiap cabangnya. Logo tersebut dapat dilihat pada gambar 1.1

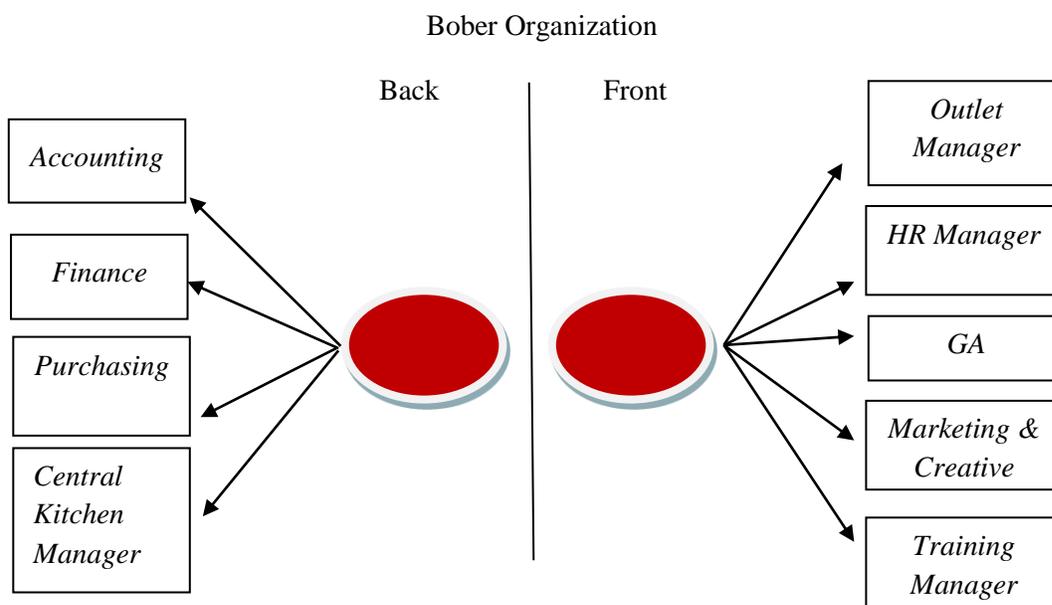


Gambar 1.1
Logo Bober Café
Sumber : Bober Café

Arti dalam logo Bober Café sebagai berikut yaitu warna coklat yang digunakan memberikan kesan yang nyaman jika berada di Bober Café. Tulisan yang terdapat didalam logo tersebut merupakan kepanjangan dari Bojongkoneng bersaudara. Gambar biji kopi, *seesha* dan tulisan yang berada tepat dibawah tulisan Bober itu menjelaskan yaitu produk spesial dari Bober Café.

1.1.4. Struktur Organisasi

Struktur organisasi Bober Café dapat dilihat pada gambar 1.2



Gambar 1.2
Struktur Organisasi Bober Cafe
Sumber : Bober Café

Bober Cafe membagi 2 manajemen yaitu *Back Office* dan *Front Office*, *Back Office* terdiri dari *Accounting* sebagai divisi yang melakukan pencatatan semua arus keuangan pada Bober Cafe, *Finance* sebagai divisi yang bertugas melakukan peramalan pada keuangan Bober Café, *Purchasing* sebagai divisi yang bertanggung jawab atas pengadaan barang perusahaan, *Central Kitchen Manager* bertugas sebagai penanggung jawab serta yang mengatur segala hal yang terdapat di dapur sedangkan *Front Office* terdiri dari Manager cabang yang merupakan Manager yang bertanggung jawab pada satu cabang. HR Manager bertugas mengatur, memelihara dan mengembangkan sumber daya manusia yaitu karyawan Bober Café. GA bertugas melakukan pencatatan, perhitungan pendapatan maupun pengeluaran disetiap cabang, *Marketing & Creative* divisi sebagai *marketing* dari perusahaan dan *Training Manager* merupakan bagian yang memberikan pelatihan khusus terhadap pegawai.

1.2 Latar belakang

Salah satu faktor yang menjadi penggerak perekonomian nasional di Indonesia adalah industri kreatif. Industri kreatif Indonesia memiliki perkembangan yang pesat dan diminati oleh pasar global. Di Indonesia, industri kreatif dibagi menjadi 15 subsektor, diantaranya Mode, Kuliner, Musik, Radio & Televisi, Kerajinan, Teknologi Informasi, Seni Pertunjukan, Seni Rupa, Riset & Pengembangan, Arsitektur, Desain, Penerbitan & Percetakan, Periklanan, dan Permainan Interaktif. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, industri Kuliner, Fashion dan Kerajinan memiliki kontribusi besar pada Produk Domestik Bruto (PDB) nasional Indonesia (presidenri.go.id, diakses pada tanggal 14 mei 2014).

Kota Bandung merupakan kota yang memiliki perkembangan industri kreatif yang yang mampu dijadikan contoh bagi daerah-daerah Indonesia. Perkembangan industri kreatif di kota Bandung mencakup industri kuliner, tempat hiburan dan kerajinan tangan. Contohnya industri kreatif yang sangat berkembang di Bandung adalah *café* dan *factory outlet*. (<http://travel.okezone.com>, diakses pada tanggal 14 mei 2014).

Fashion dan kuliner menjadi industri kreatif yang memiliki potensi yang cerah bagi pelaku usaha di Bandung. Perkembangan industri *fashion* itu sendiri sangat pesat sedikitnya terdapat 20 tempat *outlet fashion* yang siap memberikan kenyamanan dalam berbelanja para konsumen baik dari dalam kota maupun luar kota tak kalah dengan industri *fashion* yang memiliki puluhan *factory outlet* yang tersebar diseluruh penjuru daerah Kabupaten Bandung industri kuliner juga memiliki potensi bisnis besar yang memberikan peluang usaha kreatif. (<http://bisnisukm.com> diakses pada tanggal 14 mei 2014)

Industri kuliner di Bandung kian meningkat signifikan seiring bermunculannya sentra kuliner baru. Banyak lokasi di berbagai sudut kota diubah menjadi kawasan kuliner. Tentunya dengan berbagai menu hidangan dan penyajian yang unik dan cita rasa yang baik. Bahkan dikawasan Dago atau Jalan Riau sekitarnya, akan didapati pemandangan yang menarik dikawasan ini karena akan dijumpai banyak *café* yang beragam dan memiliki keunikan tersendiri. Contoh, Bober Café di jalan RE Martadinata No.123. *Café* ini memiliki arsitektur rumah zaman dahulu dengan *interior café* yang bernuansa modern. Wajah kota Bandung saat ini mengalami perubahan drastis. Sentra-sentra kuliner banyak bermunculan khususnya *café* (<http://www.gramediamajalah.com> diakses pada tanggal 14 mei 2014)

Oleh karena itu bila Kota Bandung memang menjadi pusatnya para pebisnis kreatif bermunculan dengan berbagai konsep dan inovasi baru khususnya dibidang *Café n Resto*. Melihat peluang yang ada di bisnis *café* membuat persaingan menjadi semakin ketat, baik dalam meningkatkan jumlah pelanggan maupun mempertahankan pelanggan yang ada. *Café* berusaha untuk bertahan dalam persaingan pasar melalui penawaran produk dengan keunggulan masing-masing. (<http://bisnisukm.com> diakses pada tanggal 14 mei 2014)

Café merupakan salah satu sarana dalam pengembangan usaha jasa mempunyai peluang usaha yang cukup besar. Karena *café* selain menyediakan sarana untuk tempat makan dan minum juga sebagai tempat yang sangat digemari untuk melepaskan kepenatan bagi para pekerja dikota kota besar. Melihat adanya peluang tersebut, maka banyak pengusaha yang berminat melakukan usaha dibidang jasa *café* dan *resto* dan mewujudkannya melalui pendirian bermacam-macam *café*, mulai dari *café* yang menyediakan fasilitas dan keunikan tersendiri. Kondisi persaingan yang semakin ketat maka suatu *café* dituntut untuk benar benar memahami dinamika selera konsumen yang menjadi target pasarnya dan bagaimana cara memuaskan pelanggan agar kembali membeli dan menarik pelanggan baru untuk membeli.

Seiring perkembangan dunia bisnis khususnya bisnis *café* tersebut, Para *owner* dituntut memberikan kualitas pelayanan yang baik agar dapat memuaskan para konsumennya. Kualitas pelayanan merupakan sesuatu didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut Menurut (wijaya, 2011:11). Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen.

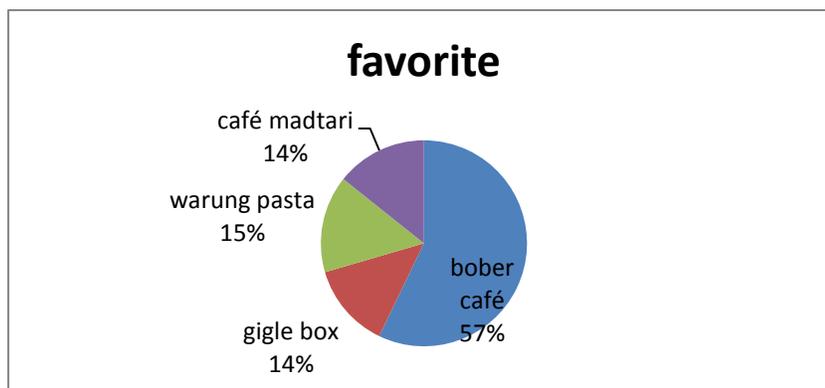
Dr. Necious adalah aplikasi yang secara otomatis mengindekskan dan menentukan peringkat kota berdasarkan pandangan individual wisatawan. Program dan algoritma dalam aplikasi ini mampu melakukan analisis terhadap ribuan *megabyte* data antara lain dari *foursquare*, *lastfm.com* dan Wikipedia. Berdasarkan data pada yang diperoleh dari *website* dr.nescio:

Bandung ranks 131th our children of most interesting cities to visit in the world. Got the 21th place in Asia, and ranks number 2 of best cities to visit in Indonesia. Bandung offers a wide range of different bars with in a close range of the city center. You may want have a look at one of the best cinemas. Bars or restaurants. Check out the list below to find you next favorite attaraction. The table at the right shows the top 10 attractions in Bandung.

Dan berdasarkan informasi dari website dr.nescio, berikut *top 10 attractions in Bandung*:

1. Café madtari
2. Ciwalk XXI
3. Bober Café
4. Giggle box café & resto
5. Warung pasta
6. Blitzmegaplex
7. Kota Bandung
8. Lapangan gasibu
9. Bandung trade center
10. Dago plaza

Diantara empat café and resto yang termasuk dalam *top 10 attraction in Bandung*, berdasarkan hasil survei awal terhadap 100 responden yang pernah mengunjungi keempat *café and resto* tersebut, diperoleh data bahwa *café and resto* terfavorit dikota Bandung adalah sebagai berikut:



Gambar 1.3

Sumber: survei awal

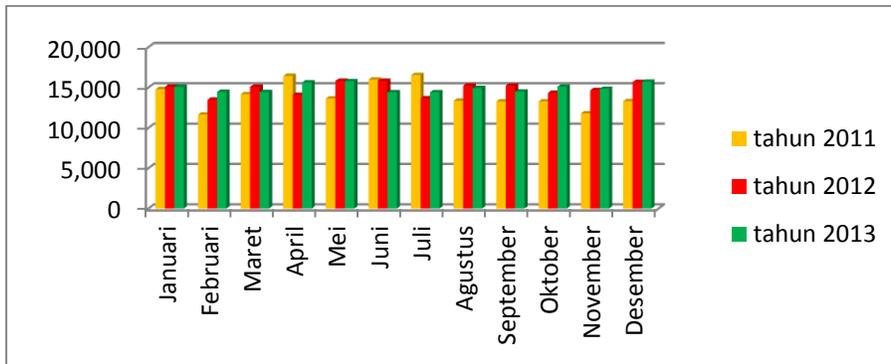
Bober café merupakan salah satu café yang digemari oleh masyarakat kota Bandung khususnya kalangan remaja yang gemar berjalan-jalan dan berkumpul baik bersama keluarga maupun teman teman . Bober menawarkan berbagai fasilitas seperti wifi gratis, *accoustic live* dan pelayanan yang prima. Bober perlu memperhatikan kepuasan pelanggan. Untuk mencapai kepuasan

pelanggan yang maksimum perusahaan harus memperhatikan produk dan jasa yang dihasilkan, dan menyadari pentingnya kualitas layanan pada konsumen. Perusahaan lebih mudah memahami memberikan kepuasan kepada konsumennya jika mampu memahami perilaku konsumen. Kepuasan pelanggan Bober Café salah satunya ditentukan oleh keunggulan dari pelayanannya baik dari segi kenyamanan dan keamanan dalam pelayanannya, termasuk keramahan dari para pelayan bober café dan suasana café yang memberikan kenyamanan. Bober Café pernah mengalami tiga kali kegagalan dalam bisnis ini ketika Bober Café ingin melakukan sebuah ekspansi bisnis dengan membuka berbagai cabang dikota Bandung akan tetapi dalam melakukan ekspansi tersebut Bober Café terus mengalami kegagalan. (Dari hasil wawancara dengan Pak Jodi owner Bober Café pada tanggal 22 februari 2014).

Pada tahun 2007 Bober Café membuka cabang di Braga City Walk, dan cabang tersebut hanya berdiri selama 1 tahun 5 bulan atau 17 bulan dengan penutupan resmi pada tahun 2009 dikarenakan rendahnya jumlah pelanggan sehingga Bober Café mengambil tindakan dengan menutup cabangnya. Pada tahun 2009 Bober Café melakukan pembukaan cabang baru di daerah Trans Studio Mall hampir sama halnya dengan outlet sebelumnya. Cabang tersebut hanya bertahan 1 tahun 6 bulan atau selama 18 bulan dengan masalah yang hampir sama yaitu jumlah pengunjung atau konsumen tidak sesuai dengan ekspektasi, maka manajemen Bober Café melakukan penutupan cabang ulang. Pada Tahun 2011 Bober Café membuka cabang di Setiabudhi dan untuk ketiga kalinya cabang tersebut hanya mampu berdiri selama 18 bulan yang akhirnya ditutup kembali. (Dari hasil wawancara dengan Pak Jodi *owner* Bober Café pada tanggal 13 mei 2014).

Melihat kegagalan Bober Café dalam usaha pengembangan cabang maka Bober Café harus lebih memfokuskan pada pelayanan yang prima untuk pelanggan. Karena salah satu cara untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan yang memuaskan dan membuat kesan pelanggan. Meningkatkan kualitas pelayanan secara tepat, Bober Café diharapkan akan dapat memberikan kepuasan pada pelanggan, sehingga dapat tercipta kesetiaan pelanggan. Pelanggan yang setia merupakan aset penting bagi perusahaan, sebab jika perusahaan kehilangan pelanggannya, maka bukan saja akan kehilangan penjualan dimasa akan datang tetapi perusahaan juga akan kehilangan pendapatan dari transaksi dengan konsumen yang merasa tidak puas terhadap perusahaan.

Gambar 1.4 Data jumlah pelanggan Bober Café pada tahun 2011-2013 adalah grafik jumlah pelanggan Bober Café :



Gambar 1.4

Jumlah pelanggan Bober Café

Sumber : Bober Cafe

Dari Gambar 1.4 dapat disimpulkan bahwa jumlah pengunjung Bober Café mengalami fluktuasi dari tahun 2011 sampai 2013. Menurut Kotler dan Keller (2011: 177), pelanggan yang puas terhadap sebuah produk atau pelayanan, maka pelanggan tersebut akan kembali menggunakan produk tersebut dan menceritakan hal-hal yang baik tentang produk tersebut. Sedangkan berdasarkan survei awal, sebagian besar responden memilih Bober Café sebagai *café and resto* terfavorit karena kualitas pelayanannya.

Menurut Manoppo (2013:1342), penyampaian pelayanan kualitas yang prima akan menciptakan nilai tinggi, yang dapat menciptakan kualitas pelanggan.

Sebagai usaha mendapatkan konsumen yang loyal, maka penyedia layanan harus menyusun strategi yang lebih akurat diantaranya adalah meningkatkan kualitas layanan (Pongoh, 2013:87).

Berdasarkan fakta terjadinya fluktuasi jumlah pengunjung Bober Café dan fakta yang diperoleh dari survei awal, dengan demikian peneliti ingin mengukur tingkat kepuasan pelanggan, mengukur tingkat kualitas pelayanan sehingga bisa mengetahui strategi selanjutnya yang menentukan elemen-elemen yang perlu ditingkatkan, dihilangkan dan dipertahankan oleh Bober Café.

1.3 Perumusan masalah

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan Bober Café?
2. Bagaimana kualitas pelayanan Bober Café?
3. Bagaimana strategi peningkatan kualitas layanan pada Bober Café?

1.4 Tujuan penelitian

1. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada Bober Café
2. Mengetahui tingkat kualitas pelayanan pada Bober Café
3. Mengetahui strategi peningkatan kualitas layanan pada Bober Café

1.5 Kegunaan penelitian

1.5.1 Kegunaan teoritis

1. Menambah wawasan dan pengetahuan yang lebih luas tentang kualitas pelayanan yang memberikan kepuasan kepada pelanggan
2. Penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat berguna bagi bidang keilmuan tentang teori kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan
3. Diharapkan temuan yang diperoleh peneliti dapat menjadi bahan pengkajian sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya dalam penelitian tentang kualitas pelayanan berdasarkan kepuasan pelanggan

1.5.2 Kegunaan praktis

1. Memberikan sumbangan pemikiran kepada Bober Café tentang bagaimana cara mengukur tingkat kinerja kualitas pelayanan berdasarkan kepuasan pelanggan.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi organisasi atau perusahaan mengenai komponen-komponen penting pada *servqual* yang perlu diperhatikan dalam menciptakan kepuasan bagi pelanggan di perusahaan khususnya pada Bober Café sebagai objek penelitian ini.

1.6 Sistematika penulisan tugas akhir

Untuk mempermudah pembahasan, penulisan penelitian ini disusun sistematis kedalam lima bab yaitu :

- BAB I** : Pendahuluan
Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian serta sistematika penulisan tugas akhir.
- BAB II** : Tinjauan pustaka dan Lingkup penelitian
Tinjauan pustaka berisi tentang konsep teoritis sebagai dasar untuk menganalisis permasalahan yang merupakan hasil dari studi pustaka, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.
- BAB III** : Metode Penelitian
Metode penelitian berisikan tentang jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.
- BAB IV** : Pembahasan Hasil Penelitian
Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian. Bab ini menguraikan tentang karakteristik responden, hasil penelitian dan pembahasan penelitian.
- BAB V** : Kesimpulan dan Saran
Bab ini menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian yang disajikan dalam bentuk kesimpulan penelitian dan saran yang merupakan implikasi dan berhubungan dengan masalah dan alternatif pemecahan masalah.