

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia saat ini merupakan produsen kopi terbesar kedua di Asia & Oseania dibawah Vietnam. Produksi kopi Indonesia yang didominasi oleh varietas Arabika dan Robusta, dengan Arabika lebih banyak dibudidayakan di wilayah pegunungan dan Robusta di dataran rendah. Ekspor kopi Indonesia mencapai berbagai negara di dunia yaitu ada Amerika Serikat, Jerman, dan Jepang sebagai pasar utamanya (Nofrian Utama putra, 2023). Budaya ngopi di Indonesia telah berkembang pesat tidak hanya sekedar minum kopi tetapi sudah menjadi gaya hidup. Dengan munculnya berbagai jenis kopi specialty seperti single origin, metode penyeduhan yang beragam, seperti V60 dan Aeopress telah meningkatkan apresiasi terhadap kopi dikalangan masyarakat. Kopi instan yang sempat populer mulai digeser oleh kopi yang diseduh langsung dengan biji kopi segar.

Industri kopi di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dengan munculnya berbagai coffee shop, roastery, dan brand brand kopi lokal. Kedai kopi seperti kopi kenangan, Janji Jiwa, Tomoro, Point Coffee menunjukkan tren yang positif dengan target yang ekspansi yang agresif. Industri ini dengan kemajuan di Era Modern telah berkembang pesat dengan perkembangan teknologi. Oleh karena itu para pelaku usaha diharuskan peka pada setiap perubahan yang terjadi untuk mengusahakan pada kepuasan pelanggan itu hal yang utama. Apapun bidang industrinya baik makanan atau minuman, kedai atau café tempat tongkrongan di lokasi yang strategis. Dikarenakan persaingan pasar yang semakin ketat mengakibatkan , kualitas produk dan pelayanan sangat mempengaruhi dalam kepuasan konsumen dalam berbagai pilihan, khususnya makanan dan minuman.

Pada era globalisasi yang dimana dunia pasar semakin kompetitif terutama dalam industry modern seperti coffee shop yang terus bertambah. Namun tidak semua yang membangun bisnis café atau coffee shop di era modern ini dapat bertahan lama, ada yang hanya bertahan beberapa bulan. Banyak faktor yang mem

buat bisnis ini tidak bertahan begitu lama seperti produk yang kurang berkualitas, pelayanan yang kurang nyaman, harga yang mahal tidak selaras dengan kualitas dari produk, yang mungkin tidak memberikan kepuasan kepada pelanggan. Sehingga konsumen kurang minat kembali ke coffee shop tersebut. Oleh karena itu perusahaan modern perlu menerapkan strategi yang komprehensif untuk mempertahankan daya saing dan kepuasan pelanggan. Dalam penelitiannya (Nursiti, 2024) harga yang fleksibel serta kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik akan membuat kesuksesan bagi Perusahaan itu sendiri, karena kualitas produk yang baik dapat bersaing dengan yang lainnya..

Salah satunya kota Cirebon yang sudah mulai mengikuti pertumbuhan bisnis coffee shop atau café, hal ini menjadi begitu banyak persaingan yang ketat untuk para pelaku usaha coffee di wilayah tersebut. khususnya untuk produk Uberall Roastery salah satu usaha pengembangan biji kopi yang ada di Cirebon. Roastery adalah tempat dimana biji kopi mentah (*green beans*) diproses lalu mengubahnya menjadi biji kopi yang sudah siap seduh. Salah satu roasting kopi yang terkenal di Cirebon bagi kalangan pecinta kopi dan pelaku usaha coffee shop. Konsep usaha ini adalah berbentuk home industry atau lab yang dikembangkan di rumah pribadi, uberall roastery ini menjual produksi biji kopi untuk para pelaku usaha coffee shop di nasional maupun internasional.

Uberall Roastery merupakan usaha pengembangan biji kopi yang ada di Kota Cirebon lebih tepatnya yaitu di Taman Cipto Blok B No. 10 Kota Cirebon yang merupakan titik tengah bagi para pecinta kopi dan pelaku usaha coffee shop yang ingin melihat, membeli, dan mencoba hasil dari roastingnya. Dengan pemilihan lokasi pada area perumahan salah satu strategi yang dipilih untuk dengan nyaman dalam mengembangkan, meneliti biji kopi lalu memproduksi dan usahanya mampu terus berkembang.

Produk yang ditawarkan Uberall Roastery sangat beragam jenis biji kopi pilihan lokal maupun non lokal seperti biji kopi arabica, robusta, blend yang menjadi andalannya dan berbagai jenis biji kopi lokal dari banyak daerah seperti Sumatra, Jawa lalu di proses dengan alat modern sesuai dengan standar operasional. Hal ini membuat Uberall Roastery sebagai salah satu Roastery lokal yang berhasil

mengekspor produknya ke internasional. Namun produk dari biji kopi luar kurang masuk dalam pasar Indonesia, mereka lebih memilih biji lokal dan low budget tentunya.

System pelayanan dari uberall roastery ini menggunakan online lewat social media dan marketplace seperti Shopee dan Tokopedia. ada beberapa yang mengambil langsung tapi hanya domisili terdekat saja. Karena pelayanan ini online dan dari berbagai daerah yang membeli. Terkadang ada beberapa kesalahan pengiriman kepada customer, maka direfund atau melakukan pengiriman ulang. Ini menjadi keluhan dari konsumen dalam pelayanannya. Konsumen juga mengeluh terkait konsistensi dari rasa pada beans yang terkadang berbeda atau tidak konsisten. Lalu beans yang terlalu mahal sebab beda segment artinya setiap produk dari uberall memang memiliki segment yang berbeda dari low, midle dan high. Maka terdapat perbedaan dari segi rasa disetiap segmentnya yang menyebabkan sebagian konsumen merasa tidak puas terhadap kualitas produk yang ditawarkan.

Faktor penting untuk meningkatkan perkembangan usaha yaitu meningkatkan kepuasan konsumen dengan menjaga kualitas pada produk. kualitas merupakan kondisi yang dinamis berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas memberikan suatu rangsangan kepada konsumen dalam menjalin hubungan dengan perusahaan. Hubungan ini memungkinkan dalam jangka Panjang perusahaan untuk memahami dengan seksama pada harapan pelanggan dan kebutuhannya, dengan demiki perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta memaksilmalkan pengalaman yang baik kepada pelanggan.

Faktor penting untuk meningkatkan perkembangan usaha yaitu kualitas. Menurut davis dalam Tjiptono dan Diana (2016), kualitas merupakan kondisi yang dinamis berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas memberikan suatu rangsangan kepada konsumen dalam menjalin hubungan dengan perusahaan. Hubungan ini memungkinkan dalam jangka Panjang perusahaan untuk memahami dengan seksama pada harapan pelanggan dan kebutuhannya, dengan demikina perusahaan

dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta memaksimalkan pengalaman yang baik kepada pelanggan.

Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri serta dari sebuah produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat (Hadya Rizka, Sutardjo Agus, 2021) dalam penelitiannya menjelaskan kualitas produk mencakup keseluruhan aspek tidak hanya teknis tetapi, dari produksi, promosi, distribusi maka dari itu kualitas produk sangat penting bagi perusahaan untuk menarik pelanggannya. Menurut (Asti & Ayuningtyas, 2020) menyatakan bahwa para konsumen dapat mengukur kualitas produk dan pelayanannya melalui bagaimana tingkat pelayanan dan produk yang diterima sesuai dengan harapan mereka, jika produk dan pelayanan sesuai harapan mereka, maka produk dan pelayanannya baik dan memuaskan.

Dalam penelitiannya (Darmasari et al., 2021) menjelaskan bahwa kualitas produk dapat memuaskan konsumen dengan penilaiannya dalam membeli sebuah produk tersebut, dengan mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk menjadi nilai tambah bagi perusahaan, brand atau merk dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Lalu yang perlu diperhatikan adalah pelayanan, Menurut (Rohwiyati & Praptiestrini, 2020) dalam penelitiannya menjelaskan memberikan kualitas pelayanan yang nyaman serta ramah menjadi nilai tambah bagi konsumen terhadap perusahaan. Sebab kualitas pelayanan tidak hanya dari satu sudut pandang tetapi dari pelaku usaha dan konsumen.

Lalu faktor yang perlu diperhatikan dalam pelayanan berkualitas menurut Kotler dalam (Apriasty & E. Simbolon, 2022) ada lima faktor dalam kualitas pelayanan yaitu: Bukti fisik (*tangible*) mencakup keadaan fisik yang sebenarnya dapat dilihat tentunya serta dirasakan secara langsung oleh pelanggan, Keandalan (*reliability*) kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat serta memuaskan, Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu keinginan perusahaan dalam membantu para pelanggannya secara tanggap, Jaminan (*assurance*) terkait pengetahuan, keramahan, kesopanan dari setiap karyawan yang berada di perusahaan, Empati (*emphaty*) kemampuan para karyawan dalam berkomunikasi

yang baik serta memahami kebutuhan para pelanggan. Menurut (Hasanah, 2023) Dalam penelitiannya menjelaskan kualitas pelayanan sebuah perusahaan memiliki peran yang sangat penting. Pelayanan perusahaan terhadap konsumen dapat menjadi persepsi konsumen kepada perusahaan itu sendiri, sehingga pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan pada pelanggan. Menurut (Rohwiyati & Praptiestrini, 2020) dalam penelitiannya Menjelaskan memberikan kualitas pelayanan yang nyaman serta ramah menjadi nilai tambah bagi konsumen terhadap perusahaan. Sebab kualitas pelayanan tidak hanya dari satu sudut pandang melainkan dari sudut pandang pelaku usaha dan sudut pandang konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2018) kepuasan konsumen yaitu perasaan senang atau kecewa yang timbul dari seorang konsumen setelah merasakan hasil kinerja dari suatu produk dengan harapannya. Olehnya pengusaha coffee atau kuliner akan mendapatkan keuntungan jika mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Dalam penelitiannya (Putri et al., 2021) menyatakan kualitas produk dan kualitas pelayanan terdapat pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan pemaparan kualitas produk dan kualitas pelayanan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan yang mampu memberikan produk yang berkualitas dan pelayanan yang memuaskan, maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan besar serta kepuasan konsumen dapat tercapai.

Penelitian terdahulu yang dilakukan (Munzir et al., 2021) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, selaras dengan (Herlambang & Komara, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh (Wijaya et al., 2023) memberikan kesimpulan kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen kemudian kualitas layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian yang berbeda oleh (Mariansyah & Syarif, 2020) memberikan kesimpulan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh (Budiarno et al., 2022) bahwa kualitas layanan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Jika dilihat ternyata terdapat perbedaan dari hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait agar mendapatkan hasil yang dapat menambah rujukan, wawasan maupun edukasi berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen saling terikat dan merupakan faktor penting dalam keberhasilan bisnis. Perusahaan yang memberikan produk berkualitas tinggi, pelayanan yang baik, serta mencapai kepuasan konsumen akan memiliki keunggulan kompetitif yang kuat di pasar. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan perlu fokus pada pengembangan produk, peningkatan kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana pengaruh kualitas produk dan pelayanan pada bisnis roastery yang menjadi pemasok dari coffee shop lokal hingga mancanegara, maka dari itu, penulis melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Uberall Roastery”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah peneliti mengidentifikasi permasalahan untuk mempermudah, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Adanya keluhan konsumen.
2. Pelayanan yang lambat dan kurang teliti
3. Kualitas produk yang kompetitif

## **C. Batasan Masalah**

Untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas dalam penelitian ini maka penulis membuat ruang lingkup pada penelitian ini lebih sempit. obyek kajian dalam penelitian ini hanya dibatasi dengan konsumen Kopi Uberall Roastery Kota Cirebon Jawa Barat dan hanya mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas

Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Studi Kasus Kopi Uberall Roastery)

#### **D. Rumusan Masalah**

Penelitian yang baik ditentukan dari perumusan masalah yang tepat agar masalah dapat diketahui dan diberikan solusi. Penelitian ini dilakukan dengan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Kopi Uberall Roastery ?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Kopi Uberall Roastery ?
3. Apakah Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kopi Uberall Roastery ?

#### **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Uberall Roastery.
- b. Untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kopi Uberall Roastery
- c. Untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kopi Uberall Roastery.

##### **2. Manfaat Penelitian**

- a. Manfaat Teoritis Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi/pemikiran pemikiran dalam memilih objek penelitian agar dapat bermanfaat bagi peneliti yang akan melakukan penelitian yang sama.
- b. Manfaat Praktis Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber modul atau bacaan tambahan bagi masyarakat, agar menambah wawasan tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada produk Uberall Roastery agar para pelaku usaha

mengetahui bagaimana kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

#### **F. Sistematika Penulisan**

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan terbagi menjadi 5 bab :

1. Bab 1 Pendahuluan Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis dan sistematika penulisan.
2. Bab 2 Landasan Teori pada bab ini menjelaskan beberapa landasan teori yang digunakan oleh penulis untuk melakukan penelitian ini. landasan teori ini termasuk penelitian terkait, definisi, dan teori terkait variable kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen, lalu terdapat penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.
3. Bab 3 Metodologi Penelitian pada bab ini berisi tentang objek penelitian (waktu dan tempat), jenis penelitian dan metode yang digunakan dalam penelitian, populasi dan sampel data dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, instrument penelitian dan teknik analisis data.
4. Bab 4 Hasil dan Pembahasan pada bab ini menjelaskan mengenai thasil analisis data yang dikumpulkan, yang ditemui pada saat penelitian. Penulis akan menganalisis dan interpretasi data hasil penelitian yang telah penulis dapatkan. Selain itu peneliti juga mengaitkan temuannya dengan teori-teori yang telah diuraikan dalam tinjauan pustaka dan menjawab pada rumusan masalah yang telah ditetapkan.
5. Bab 5 Kesimpulan dan Saran pada bab ini peneliti menyimpulkan hasil temuan yang telah dianalisis dan di interpretasikan sebagai jawaban-jawaban dari rumusan masalah yang telah penulis buat. Setelah memberikan kesimpulan penulis akan memberikan saran/rekomendasi kepada pembaca atau pihak terkait, serta merekomendasikan untk peneliti selanjutnya