

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan bisnis pada sekarang ini semakin pesat, hal ini ditandai dengan banyaknya bisnis yang beragam dan berinovasi yang ditampilkan dalam produk atau jasa yang dihasilkan. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk mempunyai keunggulan kompetitif agar mampu bertahan dan bersaing dengan pesaing usaha yang lain. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas produk serta kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari konsumen setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Konsumen akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya.

Pelayanan terhadap konsumen merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar usaha. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh konsumen akan sangat berpengaruh besar terhadap penjualan dan pembelian. Oleh karena itu perusahaan harus memikirkan pentingnya pelayanan kepada konsumen secara lebih matang.¹ Dengan

¹ Roky Apriansyah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT.Prioritas Rengat*, Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol.07 No.02, 2018 h.39

besarnya pengaruh penjualan yang meningkat berdampak terhadap pembelian produk yang dijual sehingga konsumen membeli barang lebih banyak.

Perusahaan yang berpusat pada pelayanan berusaha memberikan kepuasan terhadap konsumen, salah satu cara perusahaan meningkatkan kepuasan konsumennya yaitu dengan cara menurunkan harganya atau meningkatkan pelayanannya, tetapi hal itu dapat mengakibatkan laba perusahaan menurun. Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan konsumen secara teratur, karena salah satu kunci untuk mempertahankan konsumen adalah kepuasan konsumen.²

Di Kota Kediri terdapat usaha mikro kecil menengah (UMKM) kopi bubuk saling bersaing memperebutkan konsumen di Kota Kediri karena masing-masing produk menawarkan keunggulan yang berbeda. Maka dari itu, Kota Kediri terus mengalami peningkatan jumlah usaha UMKM di bidang kedai kopi berkembang semakin ketat. Berikut ini adalah beberapa usaha kecil yang bergerak di bidang kedai kopi di Kota Kediri.

Tabel 1.1 Daftar UMKM Kedai Kopi Di Kota Kediri

² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management Thirteenth Edition*, alih bahasa Bob Sabran, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*, jilid I, (Jakarta, Erlangga, 2009), h.139-140

| Nama | Alamat | Keunggulan | Kekurangan |
|---|---|---|---|
| Kedai Kopi UMKM Wisanggeni (Warkop Pandawa) | Jl. Perintis Kemerdekaan No.248, Ngronggo, Kota Kediri. | <ul style="list-style-type: none"> - Mempunyai rumah Produksi Kopi Bubuk - Produk Kopi Sudah Terdaftar P-IRT - Memiliki Konsep Rumah Lawas - Mempunyai Tester Kopi - Pelayanan Cepat dan Tanggap | <ul style="list-style-type: none"> - Produk kurang bervariasi |
| Djigrak Kopi | Jl. Flamboyan No.63, Ngronggo Kota Kediri | <ul style="list-style-type: none"> - Tempat Luas - Pelayanan Cepat dan Tanggap | <ul style="list-style-type: none"> - Belum Mempunyai rumah Produksi Kopi Bubuk - Tempat Kurang tertata rapi |
| Kopi Teduh | Jl. Harmoni, RT.01/RW.06, Manisrenggo, Kota Kediri | <ul style="list-style-type: none"> - Memiliki Menu yang bervariasi - Konsep Kedai dengan pemandangan sawah | <ul style="list-style-type: none"> - Belum Mempunyai rumah Produksi Kopi Bubuk - Tempat Kurang tertata rapi |
| D'Wif Kopi | Jl. Perintis Kemerdekaan No.132, Ngronggo, Kota Kediri | <ul style="list-style-type: none"> - Produk yang bervariasi - Konsep kedai kekinian | <ul style="list-style-type: none"> - Belum mempunyai rumah Produksi Kopi Bubuk - Tempatnya terbatas - Parkir kurang luas |

(Sumber: Observasi, dimasing-masing UMKM, 4 Desember 2022)

Berdasarkan Tabel 1 diatas, UMKM kedai kopi yang ada di Kota Kediri tentu mempunyai ciri khas atau keunikan masing-masing. Keunikan atau ciri khas itu dapat berupa tempatnya yang unik atau produk kopi tersebut dengan berbagai macam konsep dan kualitas pelayanan yang ditawarkan di dalamnya. Tentunya keunikan itulah yang akan menjadikan ciri khas tersendiri pada UMKM kedai kopi tersebut. Seperti kedai kopi Wisanggeni yang bergerak dibidang olahan kopi serta produksi kopi bubuk tradisional. Kedai kopi ini bertempat di Kelurahan Ngronggo Kota Kediri.

Meskipun tergolong sangat baru yang masih berumur 3 tahun, UMKM ini dapat bersaing dengan pesaing kedai kopi dan kopi bubuk yang telah lama berdiri dan sudah bisa menjadi *supplier*. Kedai Kopi UMKM Wisanggeni menggunakan model pengelolaan usaha yang menekankan pada menjaga kualitas produk, membina hubungan positif dengan konsumen, dan terus melakukan segala upaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kedai Kopi UMKM Wisanggeni selalu menawarkan layanan konsultasi, seperti memesan kopi bubuk terlebih dahulu agar konsumen dapat mengetahui lebih jelas detail dari kopi bubuk tersebut.

**Tabel 1.2 Data Penjualan Produk Kopi Bubuk Kedai Kopi
UMKM Wisanggeni**

| No | Bulan | Tahun | | |
|----|-----------|------------|------------|------------|
| | | 2021 (/Kg) | 2022 (/Kg) | 2023 (/Kg) |
| 1 | Januari | 10 | 35 | 40 |
| 2 | Februari | 5 | 40 | 40 |
| 3 | Maret | 15 | 55 | 45 |
| 4 | April | 10 | 60 | 60 |
| 5 | Mei | 21 | 62 | 65 |
| 6 | Juni | 14 | 66 | 65 |
| 7 | Juli | 15 | 63 | 55 |
| 8 | Agustus | 16 | 70 | 65 |
| 9 | September | 23 | 65 | 70 |
| 10 | Oktober | 30 | 60 | 70 |
| 11 | November | 27 | 65 | 45 |
| 12 | December | 45 | 64 | 70 |

(Sumber: Hasil wawancara pemilik, 23 Agustus 2024)

Berdasarkan Tabel 2 bahwa pesanan produk Kedai Kopi UMKM Wisanggeni naik turun dengan variasi yang tidak signifikan setiap bulannya. Namun, jika melihat data pesanan produk, setiap tahun selalu meningkat. Karena bisnisnya masih dalam pengembangan, minimum pemesanan

produk hanya 5kg pada Februari 2021. Saat ini jumlah pesanan produksi terbanyak pada Agustus 2022 dan meningkat kembali pada September dan Oktober 2024 dengan total 70kg Kopi Bubuk

**Tabel 1.3 Pembelian Berulang Produk Kedai Kopi UMKM
Wisanggeni**

| | Pembelian Berulang | Jumlah | |
|-----------------------|---------------------------|---------------|------------------------|
| (Sumber: Hasil Mei | 1 Kali | 5 | Wawancara, 10 2023) |
| | Lebih dari 1 Kali | 15 | |

Dari tabel di atas diketahui bahwa mayoritas responden sebanyak 15 responden melakukan pembelian lebih dari 1 kali. Sedangkan terdapat 5 responden yang membeli 1 kali. Kedua responden tersebut merupakan konsumen yang baru pertama kali membeli.

Menurut Lupiyoadi terdapat faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu, kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, emosional, biaya dan kemudahan.³ Kualitas Pelayanan ialah penilaian dari pelanggan atau konsumen terkait pelayanan yang mereka terima dengan tingkat pelayanan yang diinginkan atau diharapkan. Kualitas produk ialah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah diterapkan. Harga ialah sejumlah nilai yang dapat berupa uang yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan produk dan jasa. Emosional ialah adalah rasa bangga, rasa percaya diri setelah menggunakan produk atau jasa. Biaya dan kemudahan ialah

³ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 158

pengeluaran lain konsumen diluar harga yang telah ditetapkan penjual dan kemudahan mendapatkan produk atau jasa. Untuk mengetahui faktor kepuasan konsumen Kedai Kopi UMKM Wisanggeni, peneliti melakukan observasi kepada 20 responden pembeli yang merasa puas dan membeli lebih dari 1 kali. Berikut datanya:

Tabel 1.4 Faktor Kepuasan Konsumen di Kedai Kopi UMKM Wisanggeni

| Faktor Kepuasan Konsumen | Jumlah |
|---------------------------------|---------------|
| Kualitas Produk | 6 |
| Kualitas Pelayanan | 10 |
| Harga | 5 |
| Kemudahan | 1 |

(Sumber: Hasil Wawancara, 10 Mei 2023)

Dari tabel di atas diketahui dari 20 konsumen faktor harga dan kualitas pelayanan menjadi faktor yang paling banyak dipilih konsumen Kedai Kopi UMKM Wisanggeni. Menurut Radit salah satu konsumen kopi Wisanggeni mengatakan bahwa kopinya memiliki cita rasa yang autentik dan lokasinya sangat nyaman sebagai tempat nongkrong kedai kopi yang di setting dengan nuansa omah lawas ini mempunyai daya tarik sendiri terhadap konsumen, karyawan yang melakukan pelayanan baik dan memiliki fasilitas wifi, dan mushola juga menjadi penunjang kebutuhan konsumen.

Selain itu Malik mengatakan bahwa kopi tersebut selain rasanya yang autentik harganya sangat terjangkau serta pelayanannya sangat

memuaskan.⁴ Harga yang relatif murah pada produk yang memiliki kualitas yang sama, akan memberikan nilai yang lebih tinggi pada konsumennya.⁵ Dan terdapat hubungan yang kuat dengan kepuasan konsumen ketika konsumen memberikan penilaian positif tentang kualitas pelayanan.⁶ Konsumen yang memilih faktor harga kebanyakan adalah konsumen yang menjual ulang produk dan yang memilih kualitas pelayanan kebanyakan adalah konsumen yang membeli langsung di toko.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk mengakat judul “**Peran Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Kedai Kopi UMKM Wisanggeni Kota Kediri)**”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diterapkan di Kedai Kopi UMKM Wisanggeni Kota Kediri?
2. Bagaimana peran kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada Kedai Kopi UMKM Wisanggeni?

C. Tujuan Penelitian

Berikut adalah tujuan dari penelitian berdasarkan rumusan masalah penelitian ini:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diterapkan pada Kedai Kopi UMKM Wisanggeni Kota Kediri.

⁴ Wawancara, Alwi dan Rehan, *Pelanggan Kopi Bubuk Wisanggeni*, 10 Mei 2023

⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran edisi 3*, (Yogyakarta: Andi, 2012), 312

⁶ Lina Anatan, *Service Excellence*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 70

2. Untuk mengetahui peran kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada Kedai Kopi UMKM Wisanggeni.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penulis dapat menggunakan penelitian ini untuk menerapkan apa yang di pelajari di perkuliahan dan mendapatkan pemahaman ekonomi syariah yang lebih dalam, khususnya masalah peran kualitas pelayanan yang berkaitan dengan peningkatan kepuasan konsumen.

2. Bagi Akademik

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai tolak ukur mahasiswa dalam menguasai materi yang telah didapatkan serta untuk menambah koleksi perpustakaan IAIN Kediri.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi peran kualitas pelayanan perusahaan mengenai peningkatan kepuasan konsumen.

4. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam peran kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dalam bidang keilmuan.

E. Telaah Pustaka

1. *Peranan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di JNE AGEN Gurah Kabupaten Kediri*, (2018) Karya Arif Affandi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri.⁷ Penelitian ini berfokus pada penerapan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh JNE AGEN Gurah dalam meningkatkan loyalitas pelanggan sudah sesuai dengan harapan pelanggan. Kesamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian saat ini berkaitan dengan kualitas pelayanan dan penggunaan metode penelitian kualitatif. Perbedaannya ditemukan pada tinjauan kualitas pelayanan yang digunakan dan objek yang sedang diteliti, Peneliti sebelumnya di JNE AGEN Gurah, sedangkan peneliti pada Kopi Wisanggeni Kota Kediri.
2. *Peran Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Kopi Kaki Lima "WAKEUP" Kota Kediri*, (2022) Karya Bella Marda Serawati, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri.⁸ Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membahas peran kualitas pelayanan pada kedai kopi kaki lima "WAKEUP". Fokus penelitian pada peran kualitas pelayanan dan metode penelitian kualitatif merupakan kesamaan dalam penelitian ini. Namun, studi kasus dan latar belakangnya berbeda. Peneliti sebelumnya di kedai kopi kaki lima "WAKEUP", sedangkan peneliti pada Kopi Wisanggeni Kota Kediri.

⁷ Arif Affandi, *Peranan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di JNE AGEN Gurah Kabupaten Kediri*, Skripsi IAIN Kediri, 2018.

⁸ Dita Nur Safitri, *Pengelolaan Indekos Ditinjau Dari Manajemen Syariah (Studi Kasus Pemilik Indekos Perempuan di Kelurahan Rejomulyo Kota Kediri)*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2018).

3. *Kualitas Pelayanan Ditinjau Dari Syariah Marketing di UPTD Puskesmas Blabak Kabupaten Kediri*, (2021) Karya Nuril Auliya Elviani. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri.⁹ Penelitian ini fokus kualitas pelayanan ditinjau dari syariah marketing di UPTD Puskesmas Blabak Kabupaten Kediri. Penggunaan metode penelitian kualitatif dan pembahasan kualitas pelayanan merupakan dua kesamaan antara penelitian saat ini dengan penelitian sebelumnya. Perbedaannya ditemukan pada objek yang sedang diteliti, Peneliti sebelumnya di UPTD Puskesmas Blabak Kabupaten Kediri, sedangkan peneliti pada Kopi Wisanggeni Kota Kediri.
4. *Peran Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Cafe Warung Gunung Mojoroto Kota Kediri)*, (2022). Karya Jessi Mareta Reisando, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri.¹⁰ Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan *peran strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen perspektif ekonomi islam*. Penggunaan metode penelitian kualitatif merupakan ciri umum dari penelitian ini. . Kesamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian saat ini berkaitan dengan kepuasan konsumen dan penggunaan metode penelitian kualitatif. Perbedaannya ditemukan pada tinjauan kualitas pelayanan yang digunakan dan objek yang sedang diteliti, Peneliti

⁹ Nuril Aukiya Elviani, “*Kualitas Pelayanan Ditinjau Dari Syariah Marketing di UPTD Puskesmas Blabak Kabupaten Kediri*”, Skripsi IAIN Kediri, 2021.

¹⁰ Lia Ma’rifah, *Sistem Produksi UD. DY Dzaky Alam Foods Cabang Tarokan Kabupaten Kediri Perspektif Teori Produksi Dalam Ekonomi Islam*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2018).

sebelumnya di Cafe Warung Gunung Kota Kediri, sedangkan peneliti pada Kopi Wisanggeni Kota Kediri.

5. *Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Perusahaan Batik UD. Setia Jaya Karang Trenggalek)*, (2018) Karya Dyah Agustiningtyas, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung. Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian adalah perusahaan batik UD. Setia Jaya menggunakan strategi pelayanan yang tepat yaitu, produknya berkualitas, waktu pesanan cepat, tanggap dengan kebutuhan pelanggan, adanya jaminan, dan menjalin komunikasi baik dengan pelanggan. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Perbedaannya, Obyek penelitian dahulu di UD. Setia Jaya, sedangkan peneliti pada Kopi Wisanggeni Kota Kediri.