

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi Covid-19 telah merajalela hampir diseluruh bagian dunia serta telah banyak memakan korban memang telah merubah segala pola dan tatanan hidup kita mulai tahun 2020 ini. Per tanggal 23 Maret 2021, jumlah korban yang terpapar covid-19 tembus angka 124,776,971 tidak hanya di Indonesia melainkan di seluruh dunia, dan total kasus kematian yang mencapai 2,745,155 jiwa (Sinuhaji, 2021).

Akibat yang disebabkan oleh masa pandemi virus covid-19 di Indonesia, adalah pemerintah memberlakukan kebijakan PSBB atau Pembatasan Sosial Berskala Besar dengan tujuan untuk mengurangi angka dan memutus rantai penyebaran virus covid-19. Tentu saja kebijakan ini bertujuan mengurangi dampak dari virus ke masyarakat Indonesia, akan tetapi resiko yang muncul dari kebijakan ini adalah menurunnya aktivitas bisnis yang berimbas pada kondisi ekonomi Indonesia.

Walaupun memang semua bisnis di segala sektor tanpa terkecuali mengalami penurunan pemasukan selama masa pandemi, terdapat beberapa sektor bisnis yang mengalami dampak paling besar dari kondisi pandemi ini. Salah satu bisnis yang mengalami dampak yang cukup besar adalah industri makanan dan minuman (*Food & Beverage*) (Santia, 2020). *Manager Public Relations* Moka, Riris Amaliyah mengatakan bahwa himbuan dan peraturan pemerintah untuk tetap berada dirumah agar memperlambat penyebaran virus berdampak pada industri *Food & Beverage* (Pernando,2020). Berubahnya pola hidup masyarakat membuat angka pembelian makanan untuk dibawa pulang bertambah sebesar 7% dari bulan Januari dan Februari 2020 (Pernando, 2020).

Salah satu bisnis yang berada pada industri *Food & Beverage* yang akan diteliti adalah bisnis kedai kopi. Di masa pandemi, Starbucks termasuk ke dalam

bisnis *Food & Beverage* yang masih sanggup bertahan walaupun tetap mengalami penurunan penjualan khususnya di awal-awal kebijakan Pembatasan Sosial Berkala Besar dilaksanakan di Indonesia (Sitinjak, 2020). Setelah Starbucks dapat beradaptasi dengan situasi pandemi, pemasukan Starbucks perlahan-lahan dapat kembali ke pada saat kondisi normal masih berlangsung.

Menurut informasi yang diberikan oleh Monic sebagai *supervisor* dari Starbucks Citra Garden 6, saat ini Gerai Starbucks Citra 6 telah memiliki *income* yang sudah sama seperti saat sebelum pandemi (F. Monic, Komunikasi Personal, Desember 8, 2020). Bahkan saat PSBB masih berlangsung, Starbucks masih tetap dapat mempertahankan penjualannya melalui kiat-kiat seperti penjualan kopi dalam kemasan botol per 1 liter. Akan tetapi saat PSBB sudah dilonggarkan, maka penjualan Starbucks mengalami peningkatan pada pembelian kopi untuk diminum di dalam gerai.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan acuan penelitian – penelitian sebelumnya, peneliti ingin meneliti hubungan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan oleh Starbucks Citra Garden 6 dengan kepuasan pelanggannya. Starbucks Citra Garden 6 merupakan gerai Starbucks yang berlokasi di daerah pemukiman, sehingga seharusnya jumlah konsumen maupun pendapatan yang dimiliki oleh Starbucks tidak dapat dibandingkan dengan gerai Starbucks lainnya yang berlokasi di lokasi prima seperti pusat perbelanjaan, bandara dan stasiun. Pada kenyataan jumlah pendapatan bulanan yang dimiliki oleh gerai Starbucks ini dapat bersaing dengan gerai-gerai Starbucks lainnya di lokasi prima seperti yang disampaikan oleh Monic melalui wawancara selaku *supervisor* Starbucks Citra Garden 6.

1.3 Rumusan Masalah

Dilihat dari realita juga fokus penelitian yang dijabarkan oleh peneliti di atas, maka dapat di rumuskan pertanyaan sebagai berikut:

Sejauh mana kualitas pelayanan dan kualitas produk berkorelasi dengan kepuasan konsumen di Starbucks Citra Garden 6?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam penyusunan skripsi ini, yakni:

Untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan dan kualitas produk berkorelasi dengan kepuasan konsumen Starbucks Citra Garden 6.

1.5 Manfaat Penelitian

Terdapat dua manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini adalah untuk dapat memperkaya kajian-kajian ilmu bisnis, khususnya terkait bagaimana meningkatkan kepuasan dari konsumen.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah agar para pelaku bisnis, khususnya yang berada di industri *Food & Beverage*, dapat menggunakan kiat-kiat yang dilakukan oleh Starbucks untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen

1.6 Sistematika Penulisan Laporan

Laporan tugas akhir ini terdiri dari 5 bab, antara lain:

1. Bab I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan juga sistematika penulisan laporan.

2. Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini menjelaskan mengenai penelitian terdahulu, kualitas pelayanan, skala SERVQUAL, kualitas produk, kepuasan konsumen, dan juga faktor faktor yang memengaruhinya.

3. Bab III Metode dan Penelitian

Bab ini menjelaskan mengenai metode penelitian, perspektif metodologi, unit analisis, wilayah penelitian dan sumber data, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen dan analisis data.

4. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan dan menganalisis hasil data yang telah diperoleh dari hasil penelitian.

5. Bab V Penutup

Bab ini membahas mengenai kesimpulan akhir dari penelitian dan saran yang dapat diberikan berdasarkan pengalaman di lapangan untuk perbaikan proses pengujian selanjutnya.

1.7 Kesimpulan Bab

Dari penjelasan di bab ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pentingnya melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Starbucks Coffee cabang Citra Garden 6. Selain itu juga untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dan kualitas produk dapat memengaruhi kepuasan konsumen sehingga Starbucks Coffee cabang Citra Garden 6 ini dapat mempertahankan penjualannya di masa pandemi Covid-19 ini.