

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tanjungpinang merupakan ibu kota dari provinsi Kepulauan Riau yang memiliki luas 812.7 km² dan memiliki pulau kecil seperti pulau Dompak dan Pulau Penyengat. Perkembangan usaha di Tanjungpinang yang begitu pesat menunjukkan bahwa kebutuhan konsumen sangatlah beragam dalam memenuhi keinginannya. Dalam waktu singkat, banyak macam usaha bisnis muncul dengan keunikan masing-masing termasuk kedai kopi, sehingga pemilik kedai kopi harus mampu mempertahankan bisnisnya sekaligus berkembang sesuai dengan visi, misi, dan tujuannya.

Dalam dunia bisnis yang penuh persaingan, kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor dalam meraih keberhasilan, terutama di sektor jasa seperti kedai kopi. Indonesia tumbuh semakin beragam dan bervariasi, misalnya, semakin banyak pilihan makanan dan minuman baru yang tersedia bagi kita di sektor kuliner. Konsumen selalu mencari produk yang menarik dan terkini, banyak diantara kita yang dikelilingi oleh makanan dan minuman bervariasi. Ada kecenderungan dalam dunia bisnis yang mendorong perusahaan untuk kreatif dan memperhatikan kebutuhan pelanggannya serta mengembangkan produk-produk inovatif yang menarik dan dapat mempererat hubungan dengan pelanggan. Dalam menjalin hubungan tersebut, perusahaan menawarkan keunggulan kompetitif dalam memberikan layanan dan produk berkualitas tinggi, serta kenyamanan dan

kepuasan bagi pelanggan. Selain itu, salah satu taktik untuk tetap unggul dalam persaingan dunia bisnis saat ini adalah dengan meningkatkan kepuasan pelanggan (Dimas & Soliha, 2022).

Di Kota Tanjungpinang, kedai kopi semakin banyak, termasuk Kedai Kopi Rakyat, sehingga menciptakan persaingan yang ketat. Namun, banyak usaha yang belum mampu mempertahankan pelanggan secara konsisten, meskipun menawarkan produk serupa. Promosi sering kali dilakukan, namun tidak diimbangi dengan kualitas layanan yang memadai. Selain itu, pemilihan lokasi yang kurang strategis dapat menjadi penghalang dalam menarik potensi pelanggan. Dengan banyaknya variasi kedai kopi di Tanjungpinang, para pecinta kopi memiliki kemampuan untuk menjelaskan berbagai jenis kopi. Menurut data yang penulis kumpulkan melalui BPS Tanjungpinang, cukup banyak kedai kopi yang sudah dibuka di wilayah Ibu Kota Provinsi Kepulauan Riau tersebut.



Sumber : BPS Tanjungpinang, 2025

Gambar 1.1
Jumlah Kedai Kopi / Coffe Shop di Kota Tanjungpinang Tahun 2024

Berdasarkan Gambar 1.1 terdapat sekitar 360 kedai kopi atau *coffee shop* yang tersebar di wilayah Tanjungpinang. Di antara seluruh kecamatan, Tanjungpinang Kota menjadi area dengan jumlah kedai kopi terbanyak, yakni mencapai 104 tempat. Sementara itu, Bukit Bestari tercatat sebagai wilayah dengan jumlah kedai kopi paling sedikit, yaitu 67, lebih rendah dibandingkan Tanjungpinang Barat yang memiliki 95 kedai dan Tanjungpinang Timur dengan total 94 kedai kopi.

Industri kedai kopi di Tanjungpinang saat ini menghadapi intensitas persaingan dalam menarik minat pelanggan yang berkunjung dan menikmati kopi, untuk dapat memenangkan persaingan dalam industri kopi yang semakin kompetitif, para wirausahawan menggunakan berbagai strategi untuk meningkatkan bisnis mereka. Dalam era digital yang semakin berkembang pesat, media sosial telah menjadi salah satu *platform* utama yang digunakan oleh pebisnis untuk berinteraksi dengan pelanggan. Hal ini tidak terkecuali bagi usaha kecil dan menengah, termasuk Kedai Kopi Rakyat Kota Tanjungpinang. Salah satu kedai kopi yang ada di Kota Tanjungpinang adalah Kedai Kopi Rakyat, dimana kedai kopi ini merupakan kedai kopi yang juga memanfaatkan peluang bisnis di bidang kopi, dan saat ini menjadi pilihan sebagai tempat berkumpulnya para generasi milenial. Namun, untuk mempertahankan usahanya diantara persaingan maka Kedai Kopi Rakyat harus melakukan cara agar tetap menjadi pilihan konsumen.

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, sektor kuliner terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan sebagai bagian dari ekonomi kreatif. Kota Tanjungpinang merupakan salah satu kota yang turut mengalami

perkembangan ini, terbukti dari banyaknya tempat makan dan minum yang bermunculan, termasuk kedai kopi lokal. Salah satunya adalah Kedai Kopi Rakyat, yang berdiri sejak tahun 2020 pada masa pandemi *covid-19*. Meski berdiri ditengah *covid-19* dan memulai usahanya di tengah kondisi krisis, Kedai Kopi Rakyat mampu bertahan dan terus berkembang hingga sekarang. Sejak tahun 2020 kedai kopi ini dikenal masyarakat Tanjungpinang, namun berjalannya waktu setelah *covid-19* mulai lah banyak pesaing. Tahun 2021 kedai kopi rakyat mulai memperbaiki tempat usahanya dan tercatat penjualan kedai kopi mengalami fluktuasi setiap bulannya.

Dari data perkembangan pendapatan Kedai Kopi Rakyat Tahun 2024 menunjukkan adanya tingkat penjualan yang signifikan tiap bulannya sebagai mana pada tabel berikut ini :

Tabel 1.1
Data Penjualan Omset Kedai Kopi Rakyat Tahun 2024

Periode Bulan	Pendapatan
Januari	Rp. 21.350.000
Februari	Rp. 25.691.000
Maret	Rp. 27.550.000
April	Rp. 30.970.000
Mei	Rp. 42.528.000
Juni	Rp. 37.480.000
Juli	Rp. 28.699.000
Agustus	Rp. 44.941.000
September	Rp. 62.241.000
Oktober	Rp. 28.128.000
November	Rp. 31.304.000
Desember	Rp. 30.599.000
Total	Rp. 411.481.000

Sumber: Kedai Kopi Rakyat (2024)

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas menunjukkan data omset Kedai Kopi Rakyat sepanjang tahun 2024, dengan pencatatan pendapatan dari Januari hingga

Desember, dari tabel tersebut, terlihat bahwa pendapatan mengalami fluktuasi setiap bulannya, dengan omset terendah terjadi pada bulan Januari sebesar Rp. 21.350.000 dan omset tertinggi pada bulan September sebesar Rp. 62.241.000. Secara keseluruhan, total pendapatan selama tahun 2024 mencapai Rp. 411.481.000. Tren kenaikan terlihat di beberapa bulan seperti Mei, Juli, dan September, yang kemungkinan dipengaruhi oleh berbagai faktor atau strategi pemasaran tertentu. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa Kedai Kopi Rakyat masih perlu melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, penting juga untuk menganalisis pola penjualan agar bisa menyusun strategi yang tepat untuk meningkatkan omset. Dengan cara ini, pendapatan kedai bisa terus meningkat secara stabil setiap bulan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah mereka membandingkan harapan dengan pengalaman nyata terhadap suatu produk atau layanan. Kepuasan ini mencerminkan bagaimana konsumen menilai fitur-fitur produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan mereka, baik sesuai harapan atau bahkan kurang dari yang diharapkan. Salah satu cara menilai keberhasilan sebuah usaha, selain dari kualitas layanan, promosi, dan lokasi, adalah dengan melihat kepuasan pelanggan (Vira et al., 2023).

Berdasarkan wawancara dari beberapa informan, diketahui bahwa permasalahan yang dihadapi Kedai Kopi Rakyat Kota Tanjungpinang mencakup beberapa faktor yang berdampak pada kepuasan pelanggan. Salah satu faktor utama adalah promosi yang kurang efektif, promosi yang dilakukan oleh Kedai Kopi Rakyat melalui media sosial dinilai masih belum optimal. Responden pertama

menyatakan bahwa konten yang disajikan kurang menarik, jarang diperbarui, dan tidak cukup kreatif, sehingga belum mampu menarik perhatian konsumen secara maksimal. Hal ini diperkuat oleh pernyataan responden kedua, yang juga merasa bahwa media sosial kedai kurang aktif dan jarang memberikan update, sehingga efektivitasnya dalam menjangkau pelanggan masih rendah. Dari sisi lokasi dan pelayanan, kedua responden memiliki pandangan yang relatif serupa. Lokasi kedai dianggap strategis dan mudah diakses, serta lingkungan sekitarnya cukup nyaman. Namun, daya tarik visual dari kedai masih dinilai biasa saja, dan fasilitas parkir dianggap sempit oleh Responden pertama. Pelayanan juga menjadi sorotan penting, di mana responden pertama merasa kecewa karena kecepatan layanan yang lambat dan ketidaksesuaian pesanan, sementara responden kedua menilai bahwa pelayanan kurang memperhatikan kenyamanan pelanggan meskipun dari sisi keamanan sudah cukup baik. Secara keseluruhan, promosi, pelayanan, dan beberapa aspek lokasi masih perlu ditingkatkan untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih memuaskan.

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa informan diatas, dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan oleh Kedai Kopi Rakyat melalui media sosial dinilai masih kurang menarik dan belum efektif dalam menjangkau pelanggan, karena kontennya jarang diperbarui dan kurang kreatif. Lokasi kedai sebenarnya cukup strategis dan mudah diakses, namun daya tarik tampilan luar masih biasa saja dan area parkir terbatas. Dari sisi pelayanan, informan merasa kurang puas karena kecepatan dan keandalan pelayanan dinilai belum konsisten, yang berdampak pada kepercayaan pelanggan. Meskipun lingkungan sekitar kedai

cukup nyaman dan aman, kenyamanan secara keseluruhan dapat ditingkatkan melalui pelayanan yang lebih sigap dan perhatian staf terhadap pelanggan.

Berdasarkan dari penelitian terdahulu yaitu penelitian (Abivia & Kadi, 2023) menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian (Dimas & Soliha, 2022) variabel kualitas layanan, fasilitas, dan lokasi secara parsial memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, ditemukan adanya perbedaan temuan mengenai pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, belum banyak penelitian yang mengkaji pengaruh promosi secara bersamaan dengan variabel lokasi dan kualitas layanan dalam membentuk kepuasan pelanggan, khususnya dalam konteks kedai kopi lokal di Kota Tanjungpinang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan secara komprehensif.

Penelitian ini akan berfokus pada pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Kopi Rakyat Kota Tanjungpinang. Secara lebih spesifik, penelitian ini akan menganalisis bagaimana efektivitas promosi mempengaruhi kesadaran dan minat pelanggan, sejauh mana lokasi (termasuk aksesibilitas dan kenyamanan) berdampak pada jumlah kunjungan pelanggan, serta bagaimana kualitas layanan berperan dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Dengan memahami faktor-faktor ini, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing kedai kopi.

Pemilihan Kedai Kopi Rakyat sebagai objek penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa di Kota Tanjungpinang terdapat banyak kedai kopi yang tersebar luas, sehingga tingkat persaingan di industri ini cukup tinggi. Selain itu, penelitian sebelumnya yang membahas tentang kepuasan pelanggan di kedai kopi, khususnya di Tanjungpinang, masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami variabel-variabel penelitian yang memengaruhi kepuasan pelanggan di tengah ketatnya persaingan kedai kopi lokal.

Penelitian tentang kepuasan pelanggan dalam industri kedai kopi telah banyak dilakukan, namun masih terdapat beberapa celah penelitian (*research gap*) yang menjadi alasan utama penelitian ini perlu dilakukan, dalam penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada satu atau dua faktor, seperti pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan atau lokasi terhadap jumlah pelanggan. Namun, belum banyak penelitian yang mengkaji bagaimana kepuasan pelanggan di industri kopi, khususnya di Kota Tanjungpinang, yang dipengaruhi oleh promosi, lokasi, dan kualitas layanan secara sistematis. Banyak penelitian yang membahas lokasi sebagai faktor kepuasan pelanggan, tetapi juga aspek kenyamanan seperti aksesibilitas dan kemudahan akses, sering kali terabaikan. Penelitian ini akan menganalisis kesenjangan tersebut dengan mengevaluasi tidak hanya lokasi kedai secara umum tetapi juga faktor kenyamanan yang dapat mempengaruhi pengalaman pelanggan. Sebagian besar penelitian yang mengkaji promosi lebih berfokus pada pengaruhnya terhadap penjualan atau kepuasan

pelanggan, tetapi tidak banyak penelitian yang secara khusus membahas bagaimana efektivitas promosi memengaruhi kepuasan pelanggan di kedai kopi lokal.

Dengan menganalisis temuan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dan praktis bagi upaya peningkatan kepuasan pelanggan serta daya saing kedai kopi lokal di Kota Tanjungpinang. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka penulis melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Kopi Rakyat Kota Tanjungpinang”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka dapat dikemukakan identifikasi masalah dalam penelitian ini antara lain :

1. Promosi yang tidak efektif dapat mengakibatkan menurunnya tingkat kesadaran pelanggan terhadap keberadaan dan keunggulan kedai kopi.
2. Meskipun Kedai Kopi Rakyat terletak di lokasi yang strategis, daya tarik tempat dan masalah keterbatasan area parkir dapat berdampak pada kenyamanan pelanggan, khususnya saat jumlah pengunjung meningkat.
3. Kualitas pelayanan yang kurang optimal, seperti pelayanan yang lambat atau tidak dapat diandalkan, dapat menyebabkan pelanggan kehilangan kepercayaan terhadap perusahaan dan mengurangi loyalitas mereka terhadap perusahaan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka dapat ditarik rumusan masalah oleh penulis sebagai berikut :

1. Apakah promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kedai kopi rakyat Kota Tanjungpinang?
2. Apakah lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kedai kopi rakyat Kota Tanjungpinang?
3. Apakah kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kedai kopi rakyat Kota Tanjungpinang?
4. Apakah promosi, lokasi, dan kualitas layanan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kedai kopi rakyat Kota Tanjungpinang?

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang rumusan masalah pada penelitian ini hanya pada promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dengan objek penelitian yaitu Kedai Kopi Rakyat Kota Tanjungpinang.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan, terdapat tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan di kedai kopi rakyat Kota Tanjungpinang.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan di kedai kopi rakyat Kota Tanjungpinang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di kedai kopi rakyat Kota Tanjungpinang.

4. Untuk mengetahui pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di kedai kopi rakyat Kota Tanjungpinang.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi Peneliti

Peneliti dapat memperoleh pengalaman yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, terutama terkait promosi, lokasi, dan kualitas layanan pada Kedai Kopi Rakyat Kota Tanjungpinang.

2. Manfaat Bagi Pelaku Usaha

Hasil penelitian dapat memberikan informasi yang berguna untuk mengembangkan rencana strategis, membantu meningkatkan efisiensi operasional, dan memberikan wawasan mengenai pelatihan dan inovasi yang relevan.

3. Manfaat Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat menjadi acuan pengembangan teori, membantu memahami literatur ilmiah, dan membuka peluang penelitian lebih mendalam di bidang terkait.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penelitian ini dimaksud agar memberikan gambaran yang jelas dan sistematis untuk mempermudah bagi para pembaca dalam memahami penulisan dalam penelitian ini. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pertama menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

Pada bab kedua menjelaskan tentang hal-hal yang mendasari penelitian ini yang terdiri dari teori-teori ilmu pengetahuan yang ada hubungannya dengan permasalahan dalam penelitian ini, hasil-hasil penelitian terdahulu yang memberikan gambaran yang akan diteliti, serta hipotesis yang akan diuji.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ketiga menguraikan tujuan dan ruang lingkup penelitian, metode penelitian yang digunakan, operasionalisasi variabel, prosedur pemilihan populasi dan sampel, langkah-langkah pengumpulan data, serta teknik yang diterapkan dalam analisis data.

BAB IV : HASIL PEMBAHASAN

Bab keempat berisi temuan hasil-hasil penelitian, uji asumsi yang dilakukan, serta pembahasan teoritis berdasarkan analisis kuantitatif dan statistik yang relevan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kelima menyajikan kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian, serta memberikan saran-saran yang berguna, termasuk keterbatasan-keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini.

