

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di Indonesia, Industri kreatif sedang berkembang dengan cepat, para ahli dan pakar ekonomi menyatakan bahwa pendapatan negara sebagian disumbang oleh industri kreatif yang terus bertumbuh dan berkembang pada setiap saat. Menurut Kementerian Perdagangan Indonesia, industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan aktivitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu. Banyaknya sektor industri kreatif yang tercipta adalah sebagai buah dari kreativitas dan inovasi yang dikembangkan oleh seseorang. Industri kreatif saat ini memang memiliki peranan yang sangat penting pada perekonomian suatu negara, bukan hanya di negara berkembang seperti Indonesia tetapi industri kreatif juga memiliki peran meningkatkan perekonomian sebuah negara secara global.

Setiap tahunnya, perkembangan industri kreatif di Indonesia selalu bertambah dan berkembang. Salah satu industri kreatif yang terbilang berkembang yaitu industri kuliner, hadirnya industri kuliner ini di latar belakang bahwa Indonesia memiliki warisan budaya produk makanan dan minuman yang khas. Industri kuliner tidak hanya bergerak pada makanan saja tetapi juga pada minuman, Salah satu industri kuliner minuman yang sedang trend yaitu industri minuman kopi khususnya di Provinsi Lampung. Lampung adalah salah satu provinsi penghasil kopi terbesar di Indonesia dan menempati posisi keempat sebagai pemasok kopi di dunia (kumparan.com). Provinsi Lampung yang terkenal dengan masyarakatnya yang banyak membudidayakan kopi juga sebagai Provinsi yang merupakan penghasil kopi Robusta terbesar di Indonesia dengan luas area perkebunan mencapai 154.168 ha dan produksi 100.000 ton biji kering, bahkan ekspor nasional 70 persen kopi berasal dari Lampung (Dinas Perindustrian Provinsi Lampung 2015).

Pada masa pemerintahan gubernur Lampung M.Ridho Ficardo, beliau mengeluarkan Surat Edaran (SE) Nomor: 046.2/2123/4.22/2018 tentang Penggunaan Produk Kopi Lampung, tertanggal 15 Oktober 2018. Meneruskan program pemerintah sebelumnya, gubernur Lampung periode berikutnya Arinal Djunaidi menerbitkan Surat Edaran Nomor 045.2/2208.A/V/20/2019 tentang Hari Jumat Sebagai Hari Minum Kopi, tertanggal 23 Oktober 2019. Kedua surat edaran tersebut ditujukan kepada pemerintah daerah se-Provinsi Lampung, BUMN/BUMD, pimpinan perbankan dan seluruh perusahaan swasta di provinsi Lampung dihimbau agar setiap hari jumat meminum kopi dan menyajikan kopi asli Lampung kepada para tamu guna menumbuhkembangkan dan meningkatkan produksi kopi petani Provinsi Lampung.

Selain menerbitkan surat edaran, upaya pemerintah daerah dalam rangka meningkatkan industri kopi Lampung juga diadakannya Festival Kopi Lampung 2019 pada hari Rabu 6 November 2019 dengan mengangkat tema Woman and Coffee yang diikuti pengusaha kopi dan pemilik kedai kopi baik asli Lampung maupun luar Lampung diantaranya Amnesti Kopi, Keiko Bahabia, N8 Coffee, Kopi Ulubelu, Dr.Coffee, Dijou Coffee, Newton Coffe, Akabay Coffee dan masih banyak kedai kopi lainnya.

Seiring dengan maraknya kedai-kedai kopi bermunculan di Bandar Lampung baik kedai kopi pinggiran, kelas menengah ataupun kedai kopi kelas premium, pastinya membuat persaingan kedai kopi semakin ketat. Ketatnya persaingan dalam bidang usaha kedai kopi yang terjadi saat ini adalah salah satu alasan utama terciptanya ragam produk, fasilitas dan strategi. Seorang pengusaha ataupun pemasar haruslah menerapkan strategi–strategi baru untuk memenangkan ketatnya persaingan tersebut, pelaku usaha atau seorang pemasar harus memiliki keunggulan bersaing atau pembeda untuk dapat terus bertahan pada produk yang mereka tawarkan pada konsumen baik dari segi varian kopi, suasana, tata ruang, layanan, dan aroma kopi yang khas agar mampu merangsang unsur – unsur emosi konsumen sehingga menghasilkan berbagai pengalaman bagi konsumen.

Amnesti Kopi adalah kedai kopi yang menawarkan berbagai macam produk minuman kopi seduh manual (manual brewing) yang terletak di Teluk Betung Bandar Lampung yang berdiri pada tanggal 23 Januari 2016 dan menjadi salah satu kedai pelopor yang memasyarakatkan kopi seduh manual di Bandar Lampung. Amnesti Kopi berasal dari kata Amnesti yang artinya sebuah tindakan mengembalikan status tak bersalah kepada yang sudah dinyatakan bersalah sebelumnya. Dahulu, kopi dianggap memiliki banyak kandungan negatif bagi kesehatan tubuh dan Amnesti Kopi ingin menepis pernyataan tersebut karena, apabila kopi diolah dan diseduh dengan proses yang benar maka kopi akan lebih banyak manfaat kesehatannya dibandingkan efek negatifnya. Untuk itu Amnesti Kopi mengandalkan proses seduh manual (manual brewing) dalam arti semua proses penyeduhan dikerjakan dengan benar menggunakan tangan dan keahlian tanpa bantuan mesin kopi.

Kedai Amnesti Kopi mempunyai keunggulan seperti kopi yang berkualitas, baik kopi asli Lampung seperti robusta, arabika maupun kopi import seperti panama geisha, finca Debora, carlos imbachi dan kopi yang lainnya. Selain memiliki varian kopi yang banyak, Amnesti Kopi juga mempunyai barista yang handal, harga yang sesuai, suasana yang santai, nyaman, penataan interior yang bagus, pelayanan yang baik serta aroma kopi yang khas yang tidak semua kedai kopi memiliki aroma yang khas. Selain itu Amnesti Kopi juga pernah menjuarai lomba cita rasa dalam acara Lacofest (Lampung Coffee Festival) pada awal bulan Desember 2016.

Amnesti Kopi juga memberikan pelayanan dengan menciptakan pengalaman kepada konsumen apabila konsumen ingin melihat cara pembuatan kopi saat diseduh, serta konsumen bisa belajar menyeduh kopi pesannya sendiri. Sehingga konsumen bukan hanya dipuaskan oleh produk yang mereka konsumsi tetapi juga dari pengalaman yang mengesankan yang tidak terlupakan dari awal mereka menjejakkan kaki di kedai hingga mereka pulang kerumah.

*Experiential marketing* adalah suatu usaha yang digunakan oleh perusahaan atau pemasar untuk mengemas produk sehingga mampu menawarkan pengalaman emosi hingga menyentuh hati dan perasaan konsumen. Pendekatan ini dinilai sangat efektif karena sejalan dengan perkembangan zaman dan teknologi, para pemasar lebih menekankan diferensiasi produk untuk membedakan produknya dengan produk kompetitor. Dengan adanya *experiential marketing*, pelanggan akan mampu membedakan produk dan jasa yang satu dengan lainnya. Dalam strategi *experiential marketing*, konsumen tidak saja melakukan permintaan barang berkualitas, tapi juga menginginkan ada manfaat emosional, berupa *memorable experience* yang menyentuh hati konsumen yaitu adanya pengalaman mengesankan yang tidak terlupakan melalui seluruh panca indera (*sense*), perasaan (*feel*), pikiran (*think*), tindakan (*act*), relate (*hubungan*), yang kemudian akan menjadi basis dan dasar bagi kepuasan konsumen (Christian & Dharmayanti, 2013)

Menurut Kotler (dalam Hadiwidjaja & Dharmayanti, 2014) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan- harapannya. Seperti dijelaskan dalam definisi tersebut, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, maka konsumen tidak akan puas. Jika kinerja memenuhi dan melebihi harapan, maka konsumen akan puas. Berdasarkan pra survey dengan menggunakan metode wawancara singkat terhadap konsumen Amnesti Kopi ada beberapa konsumen yang memberikan komentar positif dan menyatakan kepuasannya, namun juga ada beberapa konsumen yang berkomentar negatif terhadap ketidaksesuaian seperti yang mereka harapkan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **“PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP *CONSUMER SATISFACTION* PADA AMNESTI KOPI BANDAR LAMPUNG”**.

## 1.2 Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Subjek Penelitian  
Ruang lingkup subjek dalam penelitian ini adalah konsumen Amnesti Kopi Bandar Lampung.
2. Ruang Lingkup Objek Penelitian  
Ruang lingkup objek dalam penelitian ini adalah *experiential marketing* dan *consumer satisfaction* pada Amnesti Kopi Bandar Lampung.
3. Ruang Lingkup Tempat Penelitian  
Ruang lingkup tempat dalam penelitian ini adalah Amnesti Kopi Bandar Lampung Jalan Hasanuddin A-5, Pasar Kangkung, Teluk Betung, Bandar Lampung.
4. Ruang Lingkup Waktu Penelitian  
Waktu yang ditentukan pada penelitian ini didasarkan pada kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan November 2019 sampai dengan Maret 2020.
5. Ruang Lingkup Ilmu dan Penelitian  
Ruang lingkup ilmu penelitian yang diambil adalah *experiential marketing* meliputi dimensinya yaitu *sense experience*, *feel experience*, *think experience*, *act experience*, *relate experience* dan *consumer satisfaction*.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh *sense experience* terhadap *consumer satisfaction*?
2. Apakah terdapat pengaruh *feel experience* terhadap *consumer satisfaction*?
3. Apakah terdapat pengaruh *think experience* terhadap *consumer satisfaction*?
4. Apakah terdapat pengaruh *act experience* terhadap *consumer satisfaction*?
5. Apakah terdapat pengaruh *relate experience* terhadap *consumer satisfaction*?
6. Apakah terdapat pengaruh *sense*, *feel*, *think*, *act* dan *relate* terhadap *consumer satisfaction*?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *sense experience* terhadap *consumer satisfaction*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *feel experience* terhadap *consumer satisfaction*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *think experience* terhadap *consumer satisfaction*.
4. Untuk mengetahui pengaruh *act experience* terhadap *consumer satisfaction*.
5. Untuk mengetahui pengaruh *relate experience* terhadap *consumer satisfaction*.
6. Untuk mengetahui pengaruh *sense, feel, think, act* dan *relate* terhadap *consumer satisfaction*?

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memiliki beberapa manfaat, sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Sebagai sarana menambah wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang dunia marketing, terutama mengenai penelitian dalam menganalisis pengaruh *experiential marketing* terhadap *consumer satisfaction* pada Amnesti Kopi Bandar Lampung.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau bahan kajian bagi peneliti berikutnya supaya mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

3. Bagi Amnesti Kopi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi atau masukan untuk pihak Amnesti Kopi Bandar Lampung.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **BAB I Pendahuluan**

Dalam bab ini tercantum latar belakang, ruang lingkup penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

### **BAB II Landasan Teori**

Dalam bab ini memuat tentang teori-teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan oleh penulis / peneliti. Apabila penelitian memerlukan analisis statistika maka pada bab ini dicantumkan juga teori statistika dan hipotesis (bila diperlukan).

### **BAB III Metode Penelitian**

Dalam bab ini berisi metode-metode pendekatan penyelesaian permasalahan yang dinyatakan dalam perumusan masalah.

### **BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

Dalam bab ini, mahasiswa mendemonstrasikan pengetahuan akademis yang dimiliki dan ketajaman daya pikirnya dalam menganalisis persoalan yang dibahasnya, dengan berpedoman pada teori-teori yang dikemukakan pada BAB II. Mahasiswa diharapkan dapat mengemukakan suatu gagasan/ rancangan / model / teori baru untuk memecahkan masalah yang dibahas dengan tujuan penelitian.

### **BAB V Kesimpulan Dan Saran**

Kesimpulan merupakan rangkuman dari pembahasan penelitian yang berisi jawaban terhadap perumusan masalah dan tujuan penelitian serta hipotesis. Saran merupakan implikasi hasil penelitian terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan penggunaan praktis yang berisi saran-saran untuk perusahaan (objek penelitian) dan penelitian selanjutnya, sebagai hasil pemikiran penelitian atas keterbatasan penelitian yang dilakukan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**