

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Melihat semakin majunya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sekarang ini, merupakan sebuah tantangan yang harus dihadapi oleh semua pihak, Terutama tuntutan terhadap metode pengajaran serta perlunya peningkatan pada materi pendidikan. Demikian juga mahasiswa yang tidak bisa lepas dari teknologi elektronika dan informatika serta teori-teori guna mendukung kegiatan yang dilakukan. Sehingga teori-teori dikembangkan dan diterapkan kedalam dunia lapangan kerja diharapkan dapat memiliki gambaran yang lebih mendalam tentang kondisi nyata di dunia kerja. Oleh karena itu Institut Bisnis dan Informatika Darmajaya Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta Komputer menerapkan program Kerja Praktek, Kerja Praktek merupakan salah satu alternatif kegiatan untuk mahasiswa sebagai syarat mata kuliah sekaligus berkreasi dan berinovasi dalam perusahaan dimana mahasiswa melakukan program Kerja Praktek.

Kerja praktek dilakukan selama 28 hari oleh Institut Bisnis dan Informatika Darmajaya Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta Komputer. Pelaksanaan Praktek Kerja merupakan wadah yang memfasilitasi mahasiswa/i dalam menerapkan teori-teori pada pekerjaan di sebuah perusahaan. Mahasiswa dituntut untuk dapat mengerti dan memahami pekerjaan di lapangan. Seluruh mahasiswa tidak hanya dituntut untuk memiliki ilmu pengetahuan teknologi dan informasi semata, namun yang lebih penting adalah mahasiswa memiliki keterampilan dan kemampuan untuk menerapkan ilmu yang dimilikinya. Kerja praktek juga sebagai langkah praktis dalam mempersiapkan mahasiswa untuk dapat tangkas, ahli, bertanggung jawab dan trampil dalam kehidupannya pada dunia kerja dan diharapkan kepada mahasiswa agar mendapatkan gambaran tentang dunia kerja yang sebenarnya sehingga tidak ada kesan kaku atau canggung pada saat terjun ke dunia kerja yang sebenarnya.

Manajemen Pemasaran adalah sebuah rangkaian proses analisis, perencanaan, pelaksanaan, serta pengawasan dan pengendalian suatu kegiatan pemasaran dimana tujuannya adalah untuk mencapai target perusahaan secara efektif dan efisien.

Menurut Philip Kotler, manajemen pemasaran adalah proses analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan.

Konsep manajemen pemasaran diartikan sebagai falsafah bisnis dimana pemuasan kebutuhan konsumen adalah syarat ekonomi dan sosial untuk kelangsungan pertahanan perusahaan. Tujuannya adalah untuk memberi kepuasan terhadap apa yang diinginkan konsumen (*Stanton, 1978*).

Unsur paling penting di dalam pemasaran adalah kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen ini tidak hanya diukur dari kualitas produk saja, tapi juga dari bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan.

Kopi sejak dahulu identik diminum dan dipercaya untuk menghilangkan rasa kantuk. Banyak orang karena alasan tersebut suka minum kopi pada saat ingin begadang atau saat sedang berkumpul dengan teman-teman.

Setiap orang memiliki cara yang berbeda-beda ketika menikmati kopi. Cara tersebut dapat dipilih dengan memilih *coffe shop* yang indah dan pelayanan yang mewah. Dengan harapan konsumen akan merasakan puas setelah ia mengorbankan sejumlah uang yang cukup besar di *coffe shop* yang mewah itu. Disamping itu ada yang memilih warung kopi dengan harga yang relatif murah tapi memberikan kepuasan dengan rasa kopi.

Bandar lampung di salah satu sudut kota nya, ada *Coffe shop* yang berukuran cukup besar dan ramai dikunjungi pelanggannya. Mengingat lokasi nya juga berada di tengah-tengah kota Bandar Lampung tepatnya di Jalan Gajah Mada No.1B Bandar lampung. Coffe Shop ini diberi nama Coffe&Chill.

Coffe shop ini cenderung menengah. Coffe shop ini menawarkan menu dan rasa special pada minuman nya yang berbahan dasar kopi espresso. Espresso adalah olahan kopi yang berbahan dasar kopi Arabica dan Robusta. Selain itu menawarkan minuman kopi single origin dari berbagai daerah di Indonesia, minuman berbahan dasar coklat, dan menawarkan menu makanan berat dan ringan. Coffe shop menetapkan standar operasional untuk mempertahankan dan kalitas produk nya. Diantara nya jenis dan jumlah bahan baku, lama

proses pembuatan, mesin dan alat yang digunakan, jenis bahan yang digunakan untuk menu unggulan coffe shop ini adalah Espresso nya yang mempunyai rasa yang lebih cenderung ke Arabica dan Robusta. Coffe shop menetapkan standar pembuatan Espresso selama 20-25 detik. Lama pembuatan ini berpengaruh untuk rasa kopi. Selama 25detik ini kopi yang dihasilkan memiliki rasa (krema) yang baik, ini berpengaruh dengan rasa nya. Coffe shop ini menggunakan mesin yang berstandar Internasional dan peralatan untuk membuat kopi nya. Hal ini karena mesin dan peralatan tersebut menentukan kualitas dan rasa kopi yang dihasilkan. Coffe shop ini menggunakan mesin **La Marzocco** dari Italy. Peralatan pembantu nya seperti Grinder atau mesin penggiling kopi, untuk Grinder nya menggunakan **Mahlkonig** Dari Italy. Semua menu diracik dan dihidangkan oleh Barista yang mempunyai Kecepatan, Ketepatan, Keramahan dan Keterampilan. Kecepatan yang dimaksud adalah kecepatan dalam hal pembuatan karena mesin dan alat yang terbatas sedangkan pelanggan yang banyak selain itu juga membuat pelanggan lebih nyaman karena tidak terlalu lama menunggu pesanan nya. Kedua barista mempunyai ketepatan yaitu barista harus tepat dalam pembuatan menu baik ukuran atau takarannya karena salah sedikit saja salah maka akan berkurang rasa dan kualitas bahkan sudah berbeda menu nya. Ketiga barista mempunyai keramahan yaitu sikap ramah yang diberikan langsung kepada pelanggan saat pelanggan datang sampai pelanggan selesai menikmati menu nya. Barista juga mempunyai keterampilan yaitu seluruh kemampuan yang dimiliki barista mulai dari pembuatan menu sampai menyajikan menu. Pelayanan dari barista inilah yang semakin membuat lengkap Coffe shop dan semakin membuat pelanggan tertarik datang lagi ke Coffe shop.

Pelanggan yang datang ke Coffe shop umumnya pecinta kopi. Ada juga yang datang dari kalangan pelajar, mahasiswa yang hanya sekedar ingin bermain bersama teman-temannya. Ada juga pelanggan yang berasal dari kalangan pebisnis yang ingin menikmati kopi sambil melakukan *meeting*.

Pada era persaingan bisnis yang semakin ketat dibidang *Coffe shop* ternyata *Coffe&chill* dapat mempertahankan usaha beserta pelanggannya. Hal ini tentunya ditunjang dengan tempat yang disediakan begitu nyaman dengan ruang berAC dan di iringi music Instrumental akan semakin membuat suasana nya Chill. Hal penting lagi adalah dengan meningkatkan kualitas menu, membuat inovasi menu baru, dan juga meningkatkan kualitas

pelayanan para barista untuk senantiasa memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Kepuasan dimaksudkan supaya pelanggan lebih setia dan terus melakukan pembelian serta merekomendasikan kepada pelanggan potensial untuk datang ke *Coffe&Chill* dan menjadi pelanggan tetap juga. Kepuasan ini dijadikan konsumen sebagai alat untuk membandingkan hasil yang dirasakan dan diharapkan, oleh sebab itu kepuasan merupakan aspek yang sangat diperhatikan oleh *Coffe&Chill*. Konsumen akan semakin tertarik untuk kembali datang, bahkan juga menarik konsumen baru dengan terpenuhinya kepuasan tersebut.

Berkaitan dengan kenyataan yang telah dikemukakan diatas maka penulis tertarik untuk mengkaji secara lebih dalam mengenai pengaruh kualitas produk dan pelayanan barista terhadap kepuasan konsumen. Penulis akan mengkaji masalah tersebut dengan mengadakan penelitian dengan judul **”Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Coffe&Chill Bandar Lampung”**

1.2 Ruang Lingkup

Ruang Lingkup dari Kerja Praktek yaitu “Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Coffe&Chill Bandar Lampung”

1.3 Tujuan dan Manfaat

A. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai peneliti ini adalah:

1. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *Coffe&Chill* Bandar Lampung.
2. Untuk memenuhi syarat kuliah Kerja Praktek lapangan.
3. Menambah wawasan dan pengalaman kerja sebagai bekal kerja di dunia bisnis sesuai dengan keahlian yang dimiliki.
4. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh signifikan kualitas Pelayanan barista terhadap kepuasan konsumen *Coffe&Chill* Bandar Lampung.

5. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh signifikan kualitas produk dan kualitas pelayanan barista terhadap kepuasan konsumen Coffe&Chill Bandar Lampung.

B. Manfaat

1. Teoritis

A. Bagi Mahasiswa.

- Dapat mengetahui lebih jauh realita ilmu yang telah diterima diperkuliahan dengan kenyataan dilapangan.
- Memperdalam dan meningkatkan keterampilan dan kreativitas diri dalam lingkungan yang sesuai dengan disiplin ilmu yang dimilikinya.
- Dapat menyiapkan langkah-langkah yang diperlukan untuk menyesuaikan diri dalam lingkungan kerjanya dimasa yang akan datang.
- Menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman.
- Para mahasiswa umumnya lebih puas ketimbang dengan pembelajaran yang sifatnya teoritis.
- Dapat meningkatkan keterampilan dan sikap kerja para mahasiswa.
- Dasar penelitian dalam penulisan Skripsi yang akan datang

B. Bagi Institusi

- Sebagai bahan evaluasi kurikulum yang telah diterapkan, serta menemukan penyesuaiannya dengan kebutuhan tenaga kerja yang kompeten dalam bidangnya.
- Sebagai referensi dan bahan perbandingan bagi proposal selanjutnya.
- Menambah referensi perpustakaan IIB Darmajaya khususnya program studi Peraktik Kerja Lapangan.

C. Bagi Perusahaan

- Membantu menyelesaikan pekerjaan sehari-hari di perusahaan tempat pelaksanaan Praktek Kerja
- Sebagai sarana kerjasama antara perusahaan dengan institusi IIB Darmajaya di masa yang akan datang.

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi kepada Coffe&Chill dalam menentukan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

1.4 Tempat dan Waktu Pelaksanaan

A. Tempat Kerja Praktek

Tempat penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data, Informasi, keterangan-keterangan, dan hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan kerja praktek serta sebagai tempat pelaksanaannya. Penulis mengambil lokasi di Coffe&Chill Bandar Lampung dalam melaksanakan kerja praktek ini.

B. Waktu Kerja Praktek

Kerja Praktek yang dirumuskan dimuka direncanakan akan dilaksanakan pada 20 Agustus s/d 19 September 2019.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan laporan kerja ini adalah sebagai berikut:

Untuk memudahkan memahami laporan Kerja Praktek menggunakan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menerangkan tentang latar belakang Kerja Praktek secara umum, ruang lingkup kerja praktek, manfaat dan tujuan kerja praktek, tempat dan waktu pelaksanaan program kerja praktek, dan sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menguraikan tentang sejarah perusahaan yang mencerminkan terbentuknya perusahaan hingga berkembang sampai saat ini, visi dan misi perusahaan, bidang usaha kegiatan utama utama dari **Coffee&Chill** Bandar Lampung, lokasi perusahaan dan struktur organisasi.

BAB III PERMASALAHAN PERUSAHAAN

Pada bab ini penulis menganalisa permasalahan apa yang terjadi dalam perusahaan, setelah menganalisa tentunya penulis menemukan beberapa temuan masalah yang selanjutnya membuat perumusan dari masalah tersebut sehingga membentuk kerangka pemecah masalah yang ada. Dalam bab ini juga dijelaskan landasan teori sebagai acuan dari rancangan program yang akan dibuat oleh Mahasiswa/i.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisi hasil uraian analisis yang diperoleh berkaitan dengan landasan teori yang relevan dan pembahasan hasil analisis mengenai kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen di **Coffee&Chill** Bandar Lampung.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis berusaha untuk menarik beberapa simpulan yang penting dari semua uraian dalam bab-bab sebelumnya dan memberikan saran-saran yang dianggap perlu oleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN