

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi memberikan dampak yang cukup besar terhadap kehidupan masyarakat, seperti perubahan dalam hal gaya hidup. Gaya hidup yang terdapat pada masyarakat saat ini yaitu kebiasaan kelompok masyarakat tertentu yang meluangkan waktunya untuk berkunjung ke kafe. Bahkan kini kafe bukan hanya menjadi tempat untuk membeli makanan dan minuman saja melainkan, kafe juga menyajikan hiburan dalam bentuk iringan musik sampai penyajian menu dari tradisional sampai modern guna menarik minat konsumen untuk berkunjung.

Gaya hidup yang mengalir melalui kegiatan nongkrong di kafe dijadikan pilihan oleh sebagian masyarakat. Banyaknya alternatif tempat untuk nongkrong membuat sebagian orang mempunyai beragam pilihan gaya hidup baru yang disadari ataupun tidak hal tersebut sudah menjadi bagian dari kehidupan mereka. Kafe dijadikan tempat berkunjung dengan berbagai alasan tentunya juga akan berdampak terhadap kehidupan sosial, terutama tentang persoalan perubahan gaya hidup. Hal ini lumrah menjadikan sebagian masyarakat memindahkan aktivitas kesehariannya ke kafe seperti mengobrol bersama teman maupun rekan kerja, membaca, mengerjakan tugas, rapat, dan bahkan hanya sekedar mencari hiburan.

Keberadaan kafe dalam kehidupan masyarakat telah mendapat posisi tersendiri. Tentunya hal ini tidak lepas dari perkembangan pola perilaku masyarakat di Kota Ponorogo. Sebagian besar masyarakat pada waktu siang hari

melakukan kegiatan untuk bekerja maupun mengenyam pendidikan dan memilih malam hari untuk beristirahat. Akan tetapi hal tersebut tidak selalu dilakukan untuk menghabiskan waktu didalam rumah saja, melainkan terkadang mereka menghabiskan waktu diluar rumah sekedar untuk bersosialisasi dan mencari hiburan seperti pergi ke kafe.

Kafe dapat dijadikan salah satu pengembangan ekonomi melalui pemanfaatan peluang yang ada. Keberadaan kafe sudah menjadi kebutuhan tempat untuk bersosialisasi dan aktualisasi gaya hidup bagi sebagian masyarakat. Hal inilah yang menjadikan para pelaku bisnis melirik usaha kafe. Kehadiran kafe juga harus di imbangi dengan penciptaan *servicescape* yang unik dan menarik, suasana yang nyaman serta berbagai fasilitas yang memadai guna menunjang kepuasan konsumen.

Keberhasilan dalam usaha kafe tidak hanya terlihat dari ramainya konsumen yang datang, ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi keberhasilan dalam berbisnis dibidang ini salah satunya yaitu dari penawaran *servicescape* yang diberikan untuk menunjang kenyamanan konsumen yang akan berdampak pada peningkatan kepuasan. Dengan menciptakan sesuatu yang berbeda dari pesaingnya tentunya juga akan memudahkan konsumen dalam membedakannya. Ditengah-tengah persaingan yang sengit keberadaan kafe juga harus disertai dengan strategi penjualan untuk meningkatkan kepuasan konsumen semisal dengan menyediakan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup masyarakat saat ini.

Menurut Indah, Maulida & Amanda (2018:109), *servicescape* atau lingkungan fisik yaitu lingkungan yang dibuat atau diciptakan oleh manusia,

serta lingkungan dimana suatu jasa disampaikan dan dimana pihak perusahaan berinteraksi dengan konsumen serta setiap komponen berwujud yang mampu memfasilitasi komunikasi ataupun penampilan pada suatu jasa. Menurut Lovelock dan Wirtz (2011), “*Servicescape* merupakan suatu kesan yang diciptakan pada panca indera oleh perancangan dimana tempat jasa disampaikan”. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Siwi, Supandi & Loindong, 2017:476) mendefinisikan *servicescape* yaitu lingkungan fisik yang ada pada saat jasa disampaikan kepada konsumen serta memiliki elemen-elemen tertentu yang masih berhubungan dengan konsep jasa. Maka dari itu konsep *servicescape* haruslah diperhatikan karena erat kaitannya dengan kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh seseorang sebagai suatu dorongan yang ditujukan untuk memperoleh kepuasan. Menurut Lovelock dan Wirtz (2011), mendefinisikan kepuasan konsumen yaitu suatu hasil dari perbandingan berupa jasa yang dirasakan oleh konsumen dengan apa yang diharapkan oleh konsumen itu sendiri. Maka dari itu dalam menjalankan suatu bisnis kafe, pemilik harus benar-benar memperhatikan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Karena dengan tingginya tingkat persaingan di bidang ini tentunya akan membuat pebisnis kafe berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik guna kepuasan konsumennya.

Ponorogo merupakan salah satu kota yang terkena dampak akan era globalisasi. Terbilang cukup banyak para pelaku bisnis dibidang kafe untuk meraih pangsa pasar di kota ini. Salah satu kafe di Kota Ponorogo yaitu

Angkringan Cak Jo Klithik yang berlokasi di Jl. Sentot Prawiro Dirjo, No. 80, Kauman, Ponorogo. Berdasarkan wawancara bersama pemilik kafe yang telah peneliti lakukan, konsep yang dipakai untuk kafe ini yaitu konsep dengan nuansa jawa. Mulai dari desain bangunan, perabotan, peralatan dan dekorasi sampai pakaian karyawanpun juga bernuansa jawa. Yang menjadi daya tarik dari tempat ini yaitu nama angkringan biasanya dikenal dengan tempat bersantai berupa tenda yang didirikan dipinggir jalan, namun di Angkringan Cak Jo Klithik ini mendesain tempatnya sudah seperti kafe agar konsumen merasa lebih nyaman dan menu yang disajikan masih seperti menu-menu di angkringan tenda namun disini lebih bervariasi dan harganya juga terjangkau. Penelitian ini terbilang menarik untuk dilakukan, karena terdapat banyaknya kafe yang ada di Kota Ponorogo dengan berbagai macam penawaran *servicescape* yang unik serta memiliki klasifikasi dari fasilitas-fasilitas yang baik.

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011), *servicescape* sendiri mempunyai tiga dimensi: 1) Kondisi sekitar (*ambient conditions*) yaitu kualitas fisik dari keadaan lingkungan yang mengelilingi individu itu sendiri seperti halnya musik, pencahayaan, aroma, suhu udara, warna, kebisingan dan juga kebersihan yang meliputi ciri-ciri dari lingkungan fisik serta memiliki kaitan dengan kelima panca indera. 2) Tata letak ruang & fungsinya (*spatial layout and functionality*) diartikan rancangan suatu ruangan, ukuran dan bentuk dari perlengkapan perabotan, meja, kursi, mesin dan bagaimana semua ini disusun serta kemampuan keberadaan benda-benda tersebut dalam memfasilitasi transaksi jasa. 3) Tanda, simbol & artefak (*sign, symbol and artifact*) yaitu benda-benda yang berada didalam lingkungan jasa yang tidak bisa berkomunikasi secara

langsung, akan tetapi dapat memberikan isyarat implisit kepada konsumen mengenai makna dalam suatu lingkungan jasa.

Salah satu kafe di Kota Ponorogo yang menerapkan strategi *servicescape* yaitu Angkringan Cak Jo Klithik. Angkringan Cak Jo Klithik ini tidak hanya memberikan pelayanan dan berbagai fasilitas saja, namun juga disertai desain interior yang disuguhkan untuk membuat konsumen merasa nyaman saat berada diruangan. Permasalahan yang dimiliki oleh Angkringan Cak Jo Klithik yaitu kurang memadainya tempat parkir serta tidak adanya penataan dan keberadaan sungai tepat disebelah kafe yang tidak terjaga kebersihannya sehingga menimbulkan bau yang tidak sedap, sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat kepuasan konsumen. Maka dari itu Angkringan Cak Jo Klithik perlu lebih memperhatikan *servicescape* guna kepuasan konsumen. Karena harapan konsumen merupakan salah satu faktor penting, apabila kualitas pelayanan lebih dekat untuk kepuasan konsumen maka dapat memberikan harapan yang lebih atau sebaliknya. Seringkali kepuasan tidak dapat diketahui secara nyata hanya berdasarkan penghasilan yang diperoleh atau banyaknya konsumen yang datang. Maka dari itu perlu diketahui bagaimana kalau kepuasan konsumen ditinjau dari *servicescape* atau layanan lingkungan fisik yang diberikan di Angkringan Cak Jo Klithik. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Angkringan Cak Jo Klithik Ponorogo)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah peneliti jelaskan pada latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kondisi sekitar (*ambient conditions*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Cak Jo Klithik Ponorogo?
2. Apakah tata letak ruang dan fungsinya (*spatial layout and functionality*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Cak Jo Klithik Ponorogo?
3. Apakah tanda, simbol dan artefak (*sign, symbol and artefact*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Cak Jo Klithik Ponorogo?
4. Apakah variabel *servicescape* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Cak Jo Klithik Ponorogo.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kondisi sekitar (*ambient conditions*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Cak Jo Klithik Ponorogo.
2. Untuk mengetahui apakah tata letak ruang dan fungsinya (*spatial layout and functionality*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Cak Jo Klithik Ponorogo.
3. Untuk mengetahui apakah tanda, simbol dan artefak (*sign, symbol and artefact*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Cak Jo Klithik Ponorogo.
4. Untuk mengetahui apakah variabel *servicescape* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Cak Jo Klithik Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan dan masukan oleh pemilik kafe, agar kafe tetap diminati dan menarik dimata konsumen. Serta dengan adanya penelitian ini semoga dapat membantu dalam hal meningkatkan fasilitas-fasilitas yang ada di kafe mengenai lingkungan fisik guna kepuasan konsumen.

2. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan sebagai sumber informasi dan juga diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan peneliti di bidang Manajemen Pemasaran yaitu mengenai *servicescape* (lingkungan fisik) yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi tambahan untuk penelitian selanjutnya, khususnya pada bidang manajemen dengan konsentrasi pemasaran mengenai variabel *servicescape* terhadap kepuasan konsumen.