

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengembangan sektor pertanian adalah salah satu strategi yang bertujuan untuk meningkatkan peluang kerja. Dalam jangka panjang, salah satu langkah yang dapat diambil untuk memperbaiki ketidakseimbangan dalam struktur ekonomi adalah dengan fokus pada pembangunan sektor pertanian. Secara umum, pembangunan di bidang pertanian dianggap sangat penting untuk kemajuan nasional. Ada beberapa faktor yang menjadikan pembangunan pertanian di Indonesia memiliki peranan yang signifikan, antara lain ketersediaan sumber daya alam yang melimpah dan beragam, kontribusi yang besar terhadap pendapatan nasional, potensi ekspor yang tinggi, serta jumlah penduduk yang besar di Indonesia (Putra, 2013).

Agribisnis dapat didefinisikan sebagai kegiatan bisnis yang berfokus pada usaha pertanian serta sektor-sektor lain yang mendukungnya, baik di hulu maupun hilir. Konsep ini berlandaskan pada pemahaman bahwa agribisnis beroperasi dalam rantai pasokan pangan (*food supply chain*). Hal tersebut, dapat dipahami sebagai perspektif ekonomi yang berkaitan dengan penyediaan pangan. Pengembangan sistem pangan harus dipandang sebagai suatu sistem yang mencakup penyediaan bahan baku, produksi komoditas pertanian, serta lembaga-lembaga yang menjalankan fungsi pengolahan dan pemasaran produk pangan. Agribisnis terdiri dari serangkaian kegiatan yang melibatkan empat subsistem yang saling berinteraksi, yaitu subsistem penyediaan input, produksi, pengolahan hasil, dan pemasaran. Oleh karena itu, agribisnis merupakan suatu konsep yang melihat pertanian secara menyeluruh dan mencakup rangkaian kegiatan bisnis berbasis pertanian yang saling terkait dalam suatu sistem (Susane dkk, 2011).

Industri kuliner termasuk dalam salah satu dari 16 subsektor industri kreatif di Indonesia. Subsektor ini memiliki hubungan yang sangat erat dengan sektor pertanian. Sebab, hampir seluruh bahan baku makanan dan minuman berasal dari hasil pertanian, perkebunan, peternakan, maupun perikanan. Hubungan antara sektor hulu (pertanian) dan hilir (kuliner) membentuk suatu rantai nilai agribisnis yang saling terhubung dan saling mendukung. Saragih (2001) menyatakan bahwa agribisnis mencakup seluruh proses mulai dari penyediaan input pertanian,

produksi utama, pengolahan, distribusi, hingga pemasaran produk ke konsumen akhir. Saat ini, industri kuliner menjadi salah satu subsektor industri kreatif yang mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan (Horry, 2019). Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2023), industri kuliner menyumbang lebih dari 41% terhadap total Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif nasional. Kondisi ini menyebabkan tingkat persaingan yang semakin meningkat setiap tahunnya, sehingga pelaku usaha dituntut untuk mengubah orientasi dalam menarik konsumen, mempertahankan produk, serta menerapkan berbagai strategi agar usaha mereka dapat bertahan di tengah persaingan yang ada (A Izzarifa, 2021).

Meningkatnya jumlah usaha kuliner di berbagai kota di seluruh penjuru negeri menunjukkan adanya perubahan yang berlangsung secara terus-menerus. Salah satu bentuk perubahan tersebut tampak pada perkembangan teknologi dan pergeseran gaya hidup (*lifestyle*). Kondisi ini mendorong para pelaku usaha untuk saling bersaing dalam membangun dan mengembangkan usahanya. Akibatnya, tingkat persaingan dalam industri kuliner, termasuk kafe semakin tinggi. Perkembangan usaha kafe semakin pesat, terlihat dari semakin beragamnya jenis kafe yang hadir di pasar. Kafe yang mampu berinovasi secara berkelanjutan memiliki tingkat kepuasan konsumen yang lebih tinggi dan mampu mempertahankan loyalitas pelanggan jangka panjang (Hermawan dkk, 2020).

Cafe Alooha Tropical merupakan salah satu pelaku usaha di bidang kuliner yang hadir di Kota Padang dengan menawarkan konsep unik dan berbeda dari mayoritas kafe lainnya. Dengan mengusung konsep berbeda dengan mengandalkan komoditas kelapa sebagai bahan baku utama dalam pengembangan menu produknya. Berbagai olahan berbasis kelapa, seperti es krim kelapa yang disajikan langsung di dalam batok kelapa, serta variasi menu minuman dan makanan pencuci mulut berbahan dasar kelapa lainnya, menjadi ciri khas yang membedakan *Cafe Alooha Tropical* dari kafe-kafe sejenis

Kepuasan konsumen merupakan faktor krusial dalam membangun loyalitas dan keberlanjutan bisnis kafe. Kepuasan konsumen adalah evaluasi konsumen terhadap produk atau jasa yang telah dikonsumsi, apakah memenuhi atau melebihi ekspektasi mereka (Oliver, 1997). Dalam industri jasa seperti kafe, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh dimensi kualitas jasa yang meliputi *reliability*,

Responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles (Zeithalm et al. 2018). Sejalan dengan itu, Supranto (2011) mengemukakan bahwa faktor rasa, harga, pelayanan dan suasana (*atmosphere*) merupakan faktor utama yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen kafe di Indonesia.

Loyalitas konsumen adalah konsistensi pembelian ulang secara periodik dan terus-menerus dalam jangka waktu yang lama karena adanya ketertarikan konsumen terhadap sebuah produk ataupun merek (Ishak & Luthfi, 2011). Dalam industri kafe yang sangat kompetitif, membangun loyalitas konsumen menjadi tantangan tersendiri. Konsumen yang loyal tidak hanya melakukan pembelian berulang, tetapi juga menjadi pendukung yang merekomendasikan produk kepada orang lain (Griffin, 2005).

B. Rumusan Masalah

Tingginya jumlah industri makanan dan minuman di Kota Padang menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Setiap industri berlomba-lomba untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif guna menarik perhatian konsumen dan memperoleh lebih banyak pelanggan. Dalam menjalankan sebuah usaha, pengusaha harus memahami faktor-faktor kunci yang menentukan keberhasilannya. Penting untuk memiliki pemahaman yang jelas tentang kebutuhan dan keinginan konsumen, serta karakteristik mereka di lokasi yang akan dijadikan pusat usaha. Selain itu, pengusaha perlu menganalisis hubungan antara karakteristik konsumen dengan jumlah dan frekuensi pembelian mereka. Untuk mempertahankan eksistensinya dalam pasar yang kompetitif, *Cafe Alooha Tropical* perlu memahami sejauh mana konsumen merasa puas terhadap produk dan layanan yang diberikan, serta apakah kepuasan tersebut berdampak pada loyalitas mereka dalam melakukan kunjungan atau pembelian ulang.

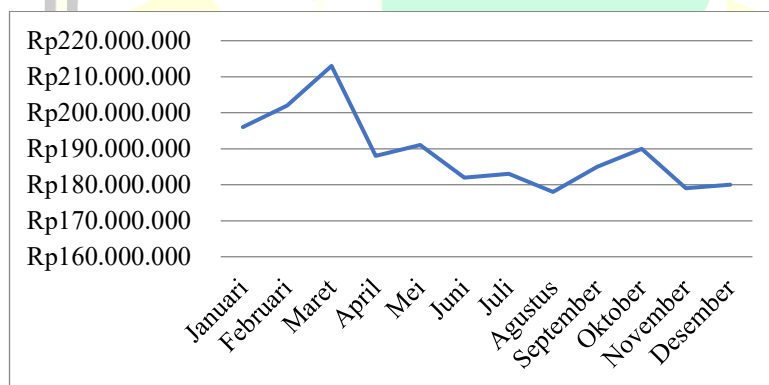
Cafe Alooha Tropical adalah salah satu bisnis kuliner di Kota Padang. *Cafe Alooha Tropical* ini sudah berdiri sejak tahun 2015, *Cafe* ini berada di 2 lokasi di Jalan Belanti Raya, Lolong Belanti, Kecamatan Padang Utara dan Jalan Samudera Tepi Laut. *Cafe Alooha Tropical* menawarkan suasana semi-*indoor* dan *outdoor*, serta menyajikan beragam menu dessert, makanan, dan minuman. Menu andalannya adalah kombinasi kelapa muda dengan es krim yang membuat kafe ini berbeda dengan kafe pada umumnya yang hanya menyajikan makanan dan

minuman yang umum di konsumsi oleh konsumen. Pemilik usaha memperkenalkan konsep baru yang mengutamakan kenyamanan dan ketenangan bagi konsumen. Konsep ini didukung oleh fasilitas seperti wifi, tempat duduk *indoor* dan *outdoor*, serta suasana tenang tanpa *live music*, dengan harapan konsumen dapat menikmati hidangan sambil merasa nyaman untuk melakukan berbagai aktivitas.

Dalam menjalankan suatu bisnis, khususnya di sektor makanan dan minuman seperti *Cafe Alooha Tropical* harus memiliki visi dan misi serta strategi pemasaran untuk dapat bersaing dengan para pesaing. Pemilik usaha tidak hanya perlu fokus pada peningkatan penjualan jangka pendek, tetapi juga pada upaya mempertahankan konsumen dalam jangka panjang. Dua faktor kunci yang sangat menentukan keberlanjutan dan profitabilitas usaha adalah kepuasan dan loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen mencerminkan sejauh mana harapan pelanggan terpenuhi setelah mengonsumsi produk atau layanan. Apabila konsumen merasa puas, maka peluang untuk menciptakan loyalitas yakni pembelian ulang, rekomendasi kepada orang lain, dan preferensi terhadap merek akan semakin besar.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri kuliner, khususnya di Kota Padang, *Cafe Alooha Tropical* perlu melakukan evaluasi dan peningkatan kualitas secara berkelanjutan guna mempertahankan eksistensi dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas konsumennya. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa konsumen, diketahui bahwa *Cafe Alooha Tropical* masih menghadapi permasalahan dalam aspek pelayanan. Permasalahan yang ditemukan pada *cafe alooha* adalah keterbatasan fasilitas tempat *indoor* dan *outdoor*. Kondisi ini menimbulkan potensi permasalahan dalam hal kenyamanan konsumen. Konsumen yang lebih menyukai suasana *indoor* dengan fasilitas tertutup mungkin merasa kurang terakomodasi karena keterbatasan ruang. Di sisi lain, area *outdoor* yang dominan memiliki tantangan terkait kenyamanan, kebersihan, suasana sekitar, dan menyulitkan ketika kondisi cuaca hujan atau panas terik yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Selanjutnya, permasalahan lainnya sejumlah ulasan menunjukkan bahwa konsumen merasa kurang puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, baik dari segi kecepatan, keramahan, maupun perhatian personal dari karyawan. Ketidakpuasan ini mencerminkan adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang diterima oleh konsumen saat

berinteraksi dengan pihak kafe. Permasalahan lainnya, berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa konsumen ditemukan bahwa kualitas produk yang ditawarkan oleh *Cafe Alooha Tropical* masih perlu mendapatkan perhatian lebih lanjut. Sejumlah konsumen menyampaikan bahwa terdapat ketidak konsistenan dalam hal rasa produk yang disajikan, sehingga menimbulkan perbedaan pengalaman pada setiap kunjungan. Selain itu, sebagian konsumen juga menilai bahwa porsi produk yang diberikan dirasa masih kurang dan tidak sesuai dengan harapan. Temuan ini menunjukkan adanya celah antara ekspektasi konsumen dengan realita yang diterima. Hal ini diperkuat dengan penilaian umum melalui *platform digital*, di mana rating yang diperoleh *Cafe Alooha Tropical* masih tergolong rendah, khususnya terkait kualitas produk yang ditawarkan. Kondisi tersebut dikhawatirkan dapat menurunkan tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan dan berdampak pada menurunnya loyalitas konsumen untuk melakukan kunjungan ulang. Selain itu, berdasarkan data penjualan dari pihak kafe pada tahun 2024, diketahui bahwa jumlah pembelian oleh konsumen cenderung menurun dan tidak mengalami peningkatan yang signifikan.



Gambar 1. Data Penjualan Total *Cafe Alooha Tropical* Tahun 2024

Kondisi ini mengindikasikan bahwa minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan kemungkinan mulai menurun, sehingga perlu dilakukan analisis lebih lanjut untuk mengetahui penyebabnya. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis secara menyeluruh untuk mengetahui pengaruh *tangible*, *reliability*, *Responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *product quality*, dan *store atmosphere* terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen di *Cafe Alooha Tropical*.

Berdasarkan uraian di atas, diperlukan penelitian yang mengkaji sejauh mana kepuasan konsumen terhadap aspek-aspek tersebut dan bagaimana pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen. Maka masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik konsumen pada *Cafe Alooha Tropical Kota Padang*?
2. Bagaimana pengaruh *tangible, reliability, Responsiveness, assurance, empathy, product quality, dan store atmosphere* terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi karakteristik konsumen pada *Cafe Alooha Tropical Kota Padang*
2. Menganalisis pengaruh *tangible, reliability, Responsiveness, assurance, empathy, product quality, dan store atmosphere* terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi banyak pihak di antaranya:

1. Bagi Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak perusahaan untuk memperbaiki atau mempertahankan kualitas produk dan layanan sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi serta referensi mengenai penelitian yang berkaitan dengan kepuasan dan loyalitas konsumen.