

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Melonjaknya pertumbuhan & pergantian teknologi berdampak besar terhadap permintaan pasar. Hal yang tentunya meningkatkan persaingan pasar yang mengakibatkan para pebisnis harus memutar otak dalam menghadapi persaingan bisnis baik dari perusahaan yang sejenis maupun. Persaingan brand semakin kuat diantara satu dengan yang lainnya dimana setiap perusahaan menginginkan brand mereka berada di posisi terbaik untuk memenangkan pasar.

Di situasi sekarang ini, bisnis makanan bisa dikatakan salah satu industri yang tetap tumbuh dengan pesat. Banyaknya jenis produk dan merek yang tumbuh di masyarakat membuat para pelaku pangsa pasar semakin berinovasi khususnya dalam bidang makanan. hal ini dapat dilihat dari banyaknya tempat makan seperti *cafe* yang bermunculan karena sudah menjadi gaya hidup bagi mayoritas orang pada jaman sekarang. *Cafe* sendiri merupakan tempat yang menyajikan makanan serta minuman cepat saji dengan suasana santai dan *non-formal*. *Cafe* juga menyediakan area *indoor* dan *outdoor*. Beragam akalpun dilakukan untuk menarik para pelanggan, mulai dari konsep pemasaran dengan menunjang *Brand Image* hingga memberi pelayanan yang terbaik demi kepuasan pelanggan. tidak hanya itu tetapi juga berbagai atraksi ditampilkan agar menarik para pelanggan, mulai dari membuat *live music*, hingga mengundang komunitas para pelaku seni demi meningkatkan kualitas *brand* itu sendiri.

Di kota batam saat ini banyak sekali bermunculan *cafe* ataupun perusahaan-perusahaan yang bersaing di industri makanan dengan keunikan dan dengan menu andalan dari masing-masing pemilik usaha. Di tengah-tengah pandemic *covid-19* ini pemilik usaha makanan dan minuman di tuntut untuk dapat berinovasi dengan tepat, guna bersaing dan dapat menerapkan pelayanan sesuai protokol Kesehatan yang telah ditetapkan pemerintah agar para konsumen dapat merasakan keamanan dan kenyamanan ditengah situasi pandemic *covid-19* ini.

Berdasarkan (Tribunbatam.id/Beres Lumbantobing) Kepala Bidang DiskUM Kota Batam, Zulfikar mencatat ada sebanyak 81.000 usaha mikro di kota Batam dan ditengah pandemi covid-19. Ada 2508 usaha mikro yang merasakan dampak substansial hingga tutup dan Hampir 60 persen adalah usaha mikro masyarakat Batam didominasi kuliner, snack, minuman. Dari penurunan data tersebut Maka dari itu ditengah kondisi *pandemic* saat ini para pelaku usaha harus semakin ekstra agar dapat memenangkan pasar. para pemilik usaha makan dan minuman khususnya di kota batam dituntut untuk dapat meningkatkan *Brand Image*, serta *Pelayanan* agar dapat Kembali minat konsumen dan menghasilkan *Kepuasan* yang diharapkan.

PT ICBIC NUSANTARA ialah salah satu perusahaan makan dan minuman di batam yang yang ikut serta bersaing dalam bisnis *café* dengan nama G-COFFEE yang merupakan *café* dengan konsep *modern chill* dan makanan mulai dari kopi,*blended drinks, mocktalis* dan juga *beer*. G-COFFEE sendiri menempatkan diri sebagai *café* yang sangat mendukung komunitas *gathering/community night* dan menjadi *melting pot* lintas komunitas yang ada di

kota batam. G-COFFEE beralamat di komplek *Winner Millennium Mansion* No 2 Sadai. G-COFFEE adalah salah satu tempat yang sangat diminati masyarakat saat ini khususnya kaum *millennial*. Tidak hanya menyediakan berbagai makanan dan minuman tetapi G-COFFEE juga membuat konsep tempat yang sangat nyaman bagi pengunjung.

Ketatnya persaingan usaha apalagi dari jenis usaha yang sama menuntut perusahaann semakin terampil dan inovatif untu mendapatkan konsumen. Maka PT ICBIC NUSANTARA harus mengimplementasikan rancangan pemasaran, perilaku konsumen dan lain sebagainya.

(Amelia et al., 2020) mengungkapkan kepuasan pelanggan merupakan taraf perasaan seseorang terhadap perbandingan kinerja dan hasil perseptual dengan ekspektasi. Dalam industri makanan yang sangat kompetitif saat ini, perusahaan perlu membuat strategi baru untuk memenangkan persaingan. Menciptakan pelanggan yang puas juga merupakan tujuan dari sebuah bisnis. Menciptakan kepuasan pelanggan mencakup beberapa hal, seperti koneksi yang baik antar perusahaan dengan pelanggan, mewujudkan pembelian berulang, menciptakan loyalitas pelanggan, dan membuat pelanggan merekomendasikan produk kita ke teman atau kerabatnya.

*Brand Image* merupakan faktor yang juga bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan. Berikut beberapa pesaing Cafe di kota Batam.

**Tabel 1.1 Data Persaingan Cafe di Batam**

<b>Data Café yang ada di Batam</b>	
<b>Café di Batam</b>	<b>Penilaian</b>
Anchor Café&Roastery	206 ulasan
Picolla Stella	194 ulasan
G-coffee	116 ulasan
Chemistree	180 ulasan
Excelso	159 ulasan

**Sumber : Tripadvisor.co.id 2020**

Berdasarkan tabel 1.1 terdapat beberapa pesaing dari perusahaan yang sejenis dengan keunggulan kompetitif *Brand Image* masing-masing. *Brand Image* yang kuat dapat sangat membantu meningkatkan reputasi perusahaan. Agar bisa menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan dituntut memberikan pelayanan yang berkualitas dan tempat yang nyaman sehingga dapat memberikan customer experience yang memuaskan. (Anjas Wahyudi, 2021), sedangkan menurut (Ida Bagus Putra Pradnyana & Suryanata, 2020) *Brand Image* adalah Pandangan konsumen terhadap suatu merek yang menjadi cerminan relevansi pikiran konsumen. *Brand Image* yang juga menjadi bagian terpenting yang menjadikan perusahaan itu memiliki identitas untuk mendapatkan efektivitas. Maka dari itu G-coffee harus membangun *Brand Image* sebaik mungkin agar membekas dihati pelanggan dan menjadi tujuan konsumen untuk datang Kembali agar menjadi *customer loyalty*.

**Tabel 1.2 Data Penjualan G-Coffee Batam Periode Juli- Desember 2020**

No	Bulan	Total Penjualan	Delta	Target Penjualan
1	Juli	5820 Quantity	0	5000 Quantity
2	Agustus	4701 Quantity	-1119	5000 Quantity
3	September	5078 Quantity	377	5000 Quantity
4	Oktober	6345 Quantity	-1267	5000 Quantity
5	November	1450 Quantity	-4895	3000 Quantity
6	Desember	2580 Quantity	-1130	3000 Quantity
	Total	25974 Quantity	-	-

**Sumber:** Accounting PT Icbic Nusantara (G-coffee Batam) 2020

Berdasarkan tabel 1.2 Seperti yang terlihat dari Dari data penjualan G-coffee periode Juli-Desember 2020 terdapat angka penurunan penjualan yang substansial pada bulan November mencapai 1450 quantity, lalu pada bulan Desember mengalami kenaikan Kembali sebesar 2580 quantity, dapat dilihat dari data dua bulan terakhir tersebut dinyatakan bahwa pergerakan penjualan yang tidak pasti berarti terdapat penurunan terhadap kepuasan pelanggan. dari permasalahan diatas maka G-coffe harus memperhatikan kembali selain *Brand Image* apa saja hal lain yang mempunyai pengaruh atas kepuasan pelanggan

Selanjutnya yang mempunyai pengaruh atas kepuasan pelanggan ialah Kualitas Pelayanan, menurut (Saripudin, Oktriawan, & Kurniasih STAI KHEZ Muttaqien Purwakarta, 2021) Kualitas pelayanan tentu memberi dampak yang besar karena ia juga menjadi tolak ukur suatu tingkat pelayanan yang perusahaan mampu berikan. (Fauzan et al., n.d.). Tidak jarang para pelanggan membeli suatu produk itu dikarenakan baiknya kualitas pelayanan perusahaan tersebut. Memaksimalkan pelayanan akan memenuhi kebutuhan pelanggan dan akan

berdampak pada peningkatan daya saing perusahaan. Namun kualitas pelayanan yang diberikan *café* G-coffee perlu ditingkatkan kembali, mulai dari respon ketika konsumen datang berkunjung, ketika konsumen melakukan pemesanan makanan kemudian waktu yang diberikan ketika konsumen menunggu untuk makanan dihidangkan. Karena kualitas pelayanan dapat didapat ketika kita bisa menginterpretasikan keinginan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas bisa dikatakan faktor seperti *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan dinilai belum cukup mempengaruhi Kepuasan Konsumen PT ICBIC NUSANTARA dan perlu dikaji ulang. Berdasarkan hal tersebut, peneliti akan melaksanakan riset berjudul “**Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT ICBIC NUSANTARA (G COFFEE BATAM)**”.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Selaras dengan yang telah terpapar di atas, kita bisa mengidentifikasi masalah pada riset yakni:

1. Terjadi persaingan antara *café* di Batam yang sangat kompetitif
2. Adanya penurunan pengunjung pada *Café* G-coffee Batam
3. Kurangnya respon pelayan terhadap konsumen
4. Ketepatan waktu makanan yang datang
5. Minimnya Pegawai sehingga membuat konsumen lama menunggu saat memesan makanan.

### **1.3 Batasan Masalah**

Karena lebarnya cakupan permasalahan riset ini serta terbatasnya biaya, waktu serta keahlian peneliti. Peneliti memutuskan untuk membatasi permasalahannya hanya pada *Brand Image*, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan PT Icbic nusantara (G-Coffe Batam) sebagai objek dan riset dilakukan terhadap pelanggan G-coffee Batam.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Untuk mengetahui kepuasan pelanggan PT ICBIC Nusantara (G-Coffee Batam) dari faktor *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan, maka rumusan masalahnya ialah:

1. Bagaimana impact *Brand Image* atas Kepuasan Pelanggan PT.Icbic Nusantara (G-coffe Batam)?
2. Bagaimana impact Kualitas Pelayanan atas Kepuasan Pelanggan PT.Icbic Nusantara (G-coffee Batam)?
3. Bgaimana impact *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan atas Kepuasan Pelanggan PT.Icbic Nusantara (G-coffee Batam)?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Mengenai hal itu, tujuannya diadakannya riset ini ialah:

1. Untuk dapat memaparkan impact *Brand Image* atas Kepuasan Pelanggan PT.Icbic Nusantara (G-coffee Batam)
2. Untuk dapat memaparkan impact Kualitas pelayanan atas Kepuasan Pelanggan PT.Icbic Nusantara (G-coffee Batam)

3. Untuk dapat memaparkan impak *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan atas Kepuasan Pelanggan PT.Icbic Nusantara (G-coffee Batam)

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Riset nantinya dimaksudkan memperkaya wawasan para pebisnis khususnya yang ada di Kota Batam dan juga diharapkan dapat menjadi salah satu sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang sudah dipelajari selama proses perkuliahan.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

#### a) Bagi Perusahaan

Riset nantinya dimaksudkan menyampaikan kritik, saran & pertimbangan bagi PT. Icdic Nusantara (G-Coffee Batam) dalam mengambil keputusan dalam pengembangan café G-Coffee Batam yang lebih baik kedepannya.

#### b) Bagi Peneliti

Riset ini nantinya dimaksudkan sebagai penerapan metode atau ilmu yang didapat selama perkuliahan serta menganalisa masalah sekaligus pencarian solusinya.