

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA USAHA
WARUNG KOPI JL. RAYA DERMO KOTA MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

**IBRAHIM
NIM. 2015120110**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI
MALANG
2022**

Abstrak

Perkembangan kopi di Indonesia sangatlah meningkat dari tahun ke tahun, oleh sebab itu para pebisnis berlomba-lomba mendirikan kedai warung kopi. Terutama warung kopi kampoeng yang sangat menarik peneliti untuk dijadikan kasus penelitian dalam menyelesaikan tugas kuliah. Kopi kampoeng dengan kualitas pelayanan yang sangat minim dibandingkan dengan pesaing-pesaing lainnya. Tujuan penelitian ini untuk meningkatkan kualitas pelayanan di warung kopi kampoeng Jl. Raya Dermo Kota Malang. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah analisis pelayanan, faktor-faktor pelayanan dan penerapan pelayanan apa sajakah yang diterapkan dalam pelayanan tersebut. Manfaat penelitian ini untuk bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dan saran untuk kopi kampung dalam memperbaiki manajemen pelayanan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terhadap konsumen dengan berbagai permasalahan yang tertera sangatlah menjamin dalam melanjutkan suatu bisnis warung kopi di daerah sekitar Dau. Analisis kualitas pelayanan yang diterapkan oleh karyawan sangat memuaskan konsumen begitu juga penerapan dalam pelayanan sangatlah berpengaruh dalam melakukan bisnis warung kopi.

Kata kunci : analisis pelayanan, faktor-faktor pelayanan, penerapan pelayanan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.LATAR BELAKANG

Indonesia di Era globalisasi membuat persaingan bisnis menjadi lebih tajam baik di pasar maupun pasar tradisional. Sehingga banyak pesaing yang bergerak di bidang produk atau jasa yang serupa.mengkonsumsi kopi telah menjadi salah satu kebutuhan dan gaya hidup masyarakat saat ini. Tidak hanya kalangan muda,kalangan pebisnis pun sering menghabiskan waktunya di kedai kopi untuk membahas rencana bisnisnya atau untuk bertemu dengan rekan kerjanya. Didukung dengan tempat yang nyaman sehingga para konsumen betah berlama lama untuk menikmati kopi atau makanan yang disajikan sembari melakukan kegiatan bersosialisasi.

Perkembangan dari zaman ke zaman cara menikmati kopi sangatlah berkembang maju, Alasan banyaknya orang suka minum kopi saat ingin begadang atau sekedar ngobrol bersama teman teman.sehingga cara tersebut membuka ide pemikir bagi para pebisnis untuk membuka kedai warung kopi yang harganya relatif murah teman yang nyaman dan pelayanan yang berkualitas. Terdapat beberapa yang terobservasi ada 23 warung kopi yang terdapat di daerah J;. Raya Dermo Kecamatan Dau Kota Malang. Bayang warung kopi yang menyajikan menu serupa bahkan memiliki spesifikasi bersaing yang hampir sama, memungkinkan munculnya kejenuhan pasar. Kejenuhan pasar ini akan mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Konsumen merasa jenuh akan mengurangi frekuensi pembelian terhadap suatu produk .

Zaman modern saat ini usaha warung kopi mengalami perkembangan pesat. Di antaranya café dan warung kopi yang menyediakan berbagai macam produk kopi dan snack ringan. Selain itu terdapat tempat untuk diskusi dan pertemuan pertemuan penting, atau bahkan untuk melaksanakan kegiatan. Selain produk yang disediakan dalam suatu bisnis usaha warung kopi tempat juga mendukung untuk menarik pelanggan. Interior interior yang digunakan bertujuan untuk menarik konsumen dan membuat nyaman.

Cara untuk menikmati kopi sangatlah berbeda beda di setiap penjuru daerah, terutama di daerah kota malang yang sangat mendukung untuk menikmati kopi dengan suhu yang dingin dan pemandangan alam yang sangat disukai kalangan pemuda pemudi yang mendatangi kota malang. Di tahun 2016 perkembangan penikmat kopi di kota malang sangat melejit banyak pebisnis yang memanfaatkan waktu untuk membuka kedai kopi, mereka memanfaatkan lahan kosong dan ruko diubah menjadi kedai warung kopi yang berkembang hingga saat ini. Persaingan semakin ketat dan muncullah ide ide cemerlang dari pebisnis kopi .

Peningkatan konsumsi kopi didukung dengan sosial masyarakat dalam mengkonsumsi kopi dengan Harga yang relatif murah dan rasa yang nikmat. Tingkat konsumsi kopi dalam negeri pada tahun 1989 berdasarkan survei LPEM UI 500 gram per tahunnya. Saat ini pebisnis kopi memperkirakan tingkat konsumsi kopi di indonesia telah mencapai 800 gram per tahun.kota malang terkenal kota pendidikan sehingga populasi di kota malang semakin meningkat dalam mengkonsumsi kopi.

Warung kopi kampung kota malang merupakan warung yang menyediakan berbagai jenis kopi dan produk olahan kopi. Menurut konsumen terdapat beberapa keluhan yang terkait dengan aktivitas atau pelayanan yang diberikan pemilik. Berdasarkan kotak keluhan atau kotak saran yang diberikan kepada pemilik.berdasarkan hasil dari keluhan konsumen di saat belanja produk di warung kopi kampoeng yang akan disajikan pada tabel 1.1. dibawah ini

Tabel 1.1.

Data ketidakpuasan konsumen

No.	Keterangan	Jumlah
1.	nyamanan	11
2.	bersihan	19
3.	ayanan	9
4.	alitas produk/kopi	2

Sumber :Waroeng kopi kampoeng

Berdasarkan Tabel 1.1. menunjukkan bahwa warung kopi kampung malang mengalami permasalahan terkait aktivitas pelayanan dan produk yang ditawarkan

kepada konsumen. Dengan hal ini peneliti menarik sebuah penelitian di warung kopi kampoeng dengan judul ‘ Analisis Kualitas Pelayanan Pada Usaha Warung Kopi Di Kopi Kampoeng Jl. Raya Dermo Kota Malang.

1.2.RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana analisis pelayanan di warung kopi kampung Jl. Raya Dermo Kota Malang ?
2. Faktor faktor apa sajakah yang mendukung pelayanan pada warung kopi kampoeng Jl. Raya Dermo Kota Malang ?
3. Apa sajakah Penerapan pelayanan Di warung Kopi Kampoeng Jl. Raya dermo ?

1.3.Manfaat penelitian

1. Manfaat penelitian diharapkan dapat menjadi informasi dan referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan ,khususnya tentang kualitas pelayanan , serta bahan untuk referensi penelitian selanjutnya .
2. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan yang membangun dan berguna terhadap warung kopi dalam memberi kualitas pelayanan terhadap pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma Bchori, 2018, manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Bandung : IKAPI.
- Aritonang, Arianto. 2015. *Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian bahan baku bunnkil kedelai pada industri pakan ternak di indonesia*. Universitas gajah mada : Jakarta
- F. Hartimbul Nembah, Ginting, 2011, manajemen pemasaran. Bandung : Yrama Widya
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Kotler, 2007 . *manajemen pemasaran edisi 12 jilid 1*, PT indeks. Jakarta
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jakarta; Prenhalindo
- Kotler, Philip & gary Armstrong, 2002. *Dasar-Dasar pemasaran*. Jakarta : PT Prenhalindo
- Novita, Dina. 2014. *Pengaruh strategi maeketing mix terhadap keputusan pembelian produk susu PT. Frisian Flag Indonesia di surabaya*. Universitas Kartini Surabaya
- Priansa Juni Donni, 2017, Perilaku KonsSumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: IKAPI
- Rahmad, 2017 . *analisis bauran pemasaran susu pada usaha peternakan sapi perah di kota padang* : Padang
- Satrio Budi S.M, 2015, *pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Yakult Di Wonosobo*, Skripsi Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Yogyakarta.
- Shandra Nabila, 2018. <https://www.statistikian.com/2017/12/hitung-rumus-slovin-sampel.html>. Jakarta.
- Suci, Taslim, Anita, 2014, *Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yoghurt*, Skripsi Universitas Padjadjaran, Bandung.
- Suliyanto, 2005. *Latihan SPSS statistik*. Jakarta : Elexmedia Komputindo
- Sugiyono, 2007. *Metode penelitian ekonomi*. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif, R&B*, Bandung :Alfabeta
- Sugiyono , 2014, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sumarno, 2004, *Bauran Pemasaran pakan Ternak Ayam Pedaging di kabupaten Mojokerto*, Tesis Pasca Sarjana Universitas Tribhuwana Tungadewi, Malang
- Tjiptono,F. 2004. *Strategi Pemasaran edisi iv*, Andi Offest, Yogyakarta.

- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Shandra Nabila, 2018. <https://www.statistikian.com/2017/12/hitung-rumus-slovin-sampel.html>. Jakarta.
- Tjiptono, F. 2004. *Strategi Pemasaran edisi iv*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Sumarno, 2004, *Bauran Pemasaran pakan Ternak Ayam Pedaging di kabupaten Mojokerto*, Tesis Pasca Sarjana Universitas Tribhuwana Tunggaladewi, Malang.
- Satrio Budi S.M, 2015, *pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Yakult Di Wonosobo*, Skripsi Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Yogyakarta.
- Suci, Taslim, Anita, 2014, *Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yoghurt*, Skripsi Universitas Padjadjaran, Bandung.
- Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&B*, Bandung :Alfabeta
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- F. Hartimbul Nembah, Ginting, 2011, *manajemen pemasaran*. Bandung : Yrama Widya
- Priansa Juni Donni, 2017, *Perilaku KonsSumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: IKAPI
- Alma Bchori, 2018, *manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung : IKAPI.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta; Prenhalindo
- Kotler, 2007. *manajemen pemasaran edisi 12 jilid 1*, PT indeks. Jakarta
- Sugiyono, 2007. *Metode penelitian ekonomi*. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Suliyanto, 2005. *Latihan SPSS statistik*. Jakarta : Elexmedia Komputindo
- Aritonang, Arianto. 2015. *Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian bahan baku bunhkil kedelai pada industri pakan ternak di indonesia*. Universitas gajah mada : Jakarta
- Rahmad, 2017. *analisis bauran pemasaran susu pada usaha peternakan sapi perah di kota padang* : Padang
- Kotler, Philip & Gary Armstrong, 2002. *Dasar-Dasar pemasaran*. Jakarta : PT Prenhalindo
- Novita, Dina. 2014. *Pengaruh strategi maeketing mix terhadap keputusan pembelian produk susu PT. Frisian Flag Indonesia di surabaya*. Universitas Kartini Surabaya