

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai salah satu produsen kopi terbesar di dunia, memiliki pasar yang sangat potensial untuk bisnis *coffee shop*. Menurut data dari Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI), konsumsi kopi di Indonesia terus meningkat, dengan rata-rata pertumbuhan tahunan sebesar 8 % (Aji, 2025). Pada tahun 2023, konsumsi kopi di Indonesia mencapai lebih dari 300.000 ton, dan angka ini diprediksi akan terus naik seiring dengan meningkatnya minat generasi muda terhadap kopi spesial (*specialty coffee*). *Coffee shop* merupakan salah satu industri makanan massal yang tergolong dalam kategori komersil. *Coffee shop* banyak berdiri di kota-kota besar seperti Bandung, Jakarta, Surabaya, Yogyakarta, dan lain-lain. Sementara di Yogyakarta sendiri, tingginya pertumbuhan industri *Coffee shop* karena ingin menyasar konsumen mahasiswa (Ayuningtyas, 2022).

Salah satu perusahaan lokal yang bergerak dibidang F&B adalah Peacockcoffee yang merupakan *coffee shop* yang berasal dari kota Semarang dan membuka cabangnya di Yogyakarta. Peacockoffie sudah berdiri sejak 2009 dan memiliki 4 gerai yakni di Semarang, Ungaran, Yogyakarta dan Sleman. Peacockoffie merupakan *coffee shop* yang buka 24 jam sehari. Peacockoffie menyediakan minuman kopi bagi pengunjung dengan harga terjangkau dan

dilengkapi dengan berbagai menu makanan dan minuman lainnya (Adisty & Pradhanawati, 2017).

Seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin modern dan meningkatnya aktivitas di luar rumah, keberadaan restoran maupun café kini tidak hanya dipandang sebagai tempat untuk menghilangkan rasa lapar, tetapi juga berfungsi sebagai sarana berkumpul dengan teman ataupun melakukan pertemuan bisnis. Oleh karena itu, produk dan harga bukan lagi menjadi satu-satunya faktor utama dalam menarik pelanggan. Kondisi ini menuntut café maupun restoran untuk menghadirkan fasilitas pendukung berupa pelayanan yang berkualitas serta suasana yang nyaman (Andriani, 2020). Kualitas pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dapat memenuhi atau memiliki harapan dengan lima dimensi utama yakni kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati (Lupiyoadi, 2013).

Peacockoffie Palagan memiliki lokasi yang strategis dengan suasana café yang nyaman, sehingga memberikan pengalaman menyenangkan bagi konsumen yang datang. Fasilitas seperti wifi juga sudah disediakan untuk menunjang kebutuhan pelanggan saat bersantai ataupun menikmati hidangan. Dari sisi pelayanan, terdapat kelebihan maupun kekurangan yang dapat diamati. Kelebihannya, café ini mampu menghadirkan tempat yang nyaman dan fasilitas yang memadai, namun kekurangannya terlihat pada sikap karyawan yang kurang ramah kepada pelanggan serta penampilan yang kurang rapi sehingga belum sepenuhnya mencerminkan kualitas pelayanan yang baik.

Fokus utama pembahasan dalam laporan ini adalah mengevaluasi penerapan kualitas pelayanan oleh karyawan dalam melayani pelanggan serta mengidentifikasi kendala-kendala yang dihadapi. Selama melaksanakan magang di Peacockoffie Palagan, mahasiswa berperan langsung dalam kegiatan operasional seperti melayani sebagai pramusaji, kasir, mengantarkan pesanan, hingga membantu pencatatan stok barang dan berbelanja kebutuhan yang habis. Mahasiswa juga diperkenalkan pada bahan dasar pembuatan kopi meskipun tidak secara mendalam. Dari pengalaman tersebut, mahasiswa memperoleh pemahaman nyata mengenai pelaksanaan kualitas pelayanan, tantangan yang muncul, serta bagaimana interaksi dengan pelanggan dapat memengaruhi kepuasan mereka.

Dengan demikian, laporan magang ini berfokus pada “**Kualitas Pelayanan di Peacockoffie Palagan.**” Melalui pengamatan dan pengalaman langsung, mahasiswa memperoleh pemahaman mengenai pentingnya kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan dan penjualan café. Selain itu, pengalaman ini juga memberikan wawasan tentang bagaimana sebuah *coffee shop* dapat beradaptasi terhadap kebutuhan pelanggan dan tren pasar agar tetap kompetitif.

1.2 Batasan Masalah

Penulisan laporan ini dibatasi pada Kualitas Pelayanan yang dilakukan oleh Peacockoffie Palagan selama periode April hingga Mei 2025. Kualitas pelayanan yang dibahas mengacu pada lima dimensi yaitu : bukti fisik

(*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*).

1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Peacockoffie Palagan.
2. Mengetahui kendala pada kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Peacockoffie Palagan.
3. Mengetahui solusi untuk perbaikan kualitas layanan Peacockoffie Palagan.

1.4 Manfaat

Dari kegiatan magang ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak antara lain :

1. Bagi Penulis

Diharapkan dapat menambah atau memperkaya wawasan dalam penerapan ilmu *marketing* khususnya dalam kualitas pelayanan.

2. Bagi Peacockoffie Palagan

Diharapkan dapat menjadi referensi untuk melakukan evaluasi mengenai kualitas pelayanan yang telah dilakukan agar dapat lebih dikembangkan kembali.

3. Bagi STIM YKPN

Dapat menambah variasi topik dalam penyusunan laporan tugas akhir, khususnya dalam kualitas pelayanan pada Peacockoffie Palagan.