

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Industri kuliner di Indonesia, khususnya di kota-kota besar seperti Bandung, mengalami perkembangan yang sangat pesat. Kafe dengan berbagai konsep terus bermunculan, tidak hanya bersaing dari sisi produk, tetapi juga dari pelayanan dan pengalaman yang diberikan kepada konsumen. Dalam konteks ini, pelayanan menjadi faktor penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan sekaligus membangun citra positif perusahaan.

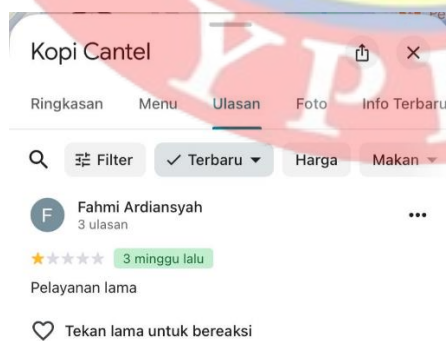
Pelayanan tidak dapat dipisahkan dari efektivitas komunikasi dalam organisasi. Setiap interaksi dengan pelanggan merupakan hasil dari koordinasi, penyampaian informasi, serta pemahaman antar anggota organisasi. Apabila komunikasi internal tidak berjalan optimal, maka akan muncul masalah seperti miskomunikasi, pelayanan yang tidak konsisten, hingga keluhan dari konsumen. Sebaliknya, komunikasi organisasi yang baik—baik vertikal antara manajemen dan karyawan maupun horizontal antar sesama staf—akan mendukung implementasi pelayanan yang sesuai standar, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Kopi Cantel Jl. Progo Bandung merupakan salah satu kafe yang cukup dikenal di kalangan anak muda dan pekerja kota Bandung. Namun, berdasarkan ulasan konsumen di media daring, masih ditemukan keluhan terkait keterlambatan pelayanan, kurangnya informasi yang jelas dari staf, serta sikap pelayanan yang dianggap kurang ramah. Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara harapan konsumen dengan pelayanan yang diberikan. Salah satu faktor yang

diduga menjadi penyebab adalah belum optimalnya komunikasi organisasi dalam mendukung standar pelayanan.

Dalam menilai pelayanan, model SERVQUAL yang dikembangkan Parasuraman, Zeithaml, dan Berry menjadi acuan penting dengan lima dimensinya, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Penerapan kelima dimensi ini di Kopi Cantel sangat bergantung pada efektivitas komunikasi organisasi. Dengan demikian, pelayanan (SERVQUAL) tidak hanya berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen, tetapi juga melalui peran komunikasi organisasi sebagai penghubung utama.

Urgensi penelitian ini terletak pada perlunya memahami bagaimana pelayanan dapat memengaruhi komunikasi organisasi, dan bagaimana komunikasi organisasi tersebut pada akhirnya berdampak pada kepuasan konsumen. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian Ilmu Komunikasi, khususnya komunikasi organisasi, sekaligus memberikan manfaat praktis bagi manajemen Kopi Cantel dalam memperbaiki strategi pelayanan dan memperkuat koordinasi internal.



**Gambar 1 1 Ulasan Pelanggan**

Sumber : Google Review 2025



**Gambar 1 2 Ulasan Pelanggan**

Sumber : Google Review 2025

Pelayanan merupakan aspek penting dalam industri jasa, termasuk kafe. Menurut (Sangadji, 2021), pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi servqual,

namun penerapan kelima dimensi tersebut sangat dipengaruhi oleh efektivitas komunikasi organisasi. Komunikasi yang baik memastikan staf memahami standar pelayanan, berkoordinasi dengan lancar, dan menyampaikan informasi dengan tepat kepada konsumen.

Di Kopi Cantel masih ditemukan keluhan konsumen terkait keterlambatan pelayanan, kurangnya informasi, dan sikap staf yang kurang ramah. Hal ini menunjukkan adanya permasalahan dalam komunikasi organisasi yang berdampak pada pelayanan. Padahal, komunikasi organisasi yang efektif, baik vertikal maupun horizontal berperan penting dalam memperkuat implementasi pelayanan sehingga mampu meningkatkan kepuasan konsumen.

Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji pengaruh pelayanan (service quality) terhadap komunikasi organisasi dalam meningkatkan kepuasan konsumen di kopi cantel jl.progo bandung, dengan harapan memberikan kontribusi teoretis dalam kajian ilmu komunikasi serta manfaat praktis bagi perbaikan pelayanan perusahaan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan fenomena yang terjadi di Kopi Cantel Jl. Progo Bandung, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang berkaitan dengan pelayanan dan komunikasi organisasi. Pertama, masih terdapat keluhan konsumen mengenai keterlambatan pelayanan, kurangnya kejelasan informasi dari staf, serta sikap karyawan yang dinilai kurang ramah. Kondisi ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kenyataan pelayanan yang diterima. Kedua, komunikasi organisasi, baik secara vertikal (antara manajemen dan staf) maupun horizontal (antar staf), diduga belum berjalan optimal. Hal ini

dapat mengakibatkan miskomunikasi, ketidakselarasan koordinasi, serta lemahnya penyampaian informasi yang pada akhirnya memengaruhi pelayanan kepada konsumen. Ketiga, belum diketahui secara pasti sejauh mana dimensi *servqual* (service quality) yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* memengaruhi komunikasi organisasi dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen. Celah penelitian ini penting untuk dikaji agar dapat memberikan Gambaran lebih komprehensif mengenai hubungan antara pelayanan, komunikasi organisasi dan kepuasan konsumen.

### 1.3 Identifikasi Masalah

1. Bagaimana pengaruh dimensi *servqual* (service quality) terhadap komunikasi organisasi di Kopi Cantel Jl.Progo Bandung?
2. Bagaimana peran komunikasi organisasi dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Kopi Cantel Jl. Progo Bandung?
3. Dimensi *servqual* manakah yang paling dominan memengaruhi komunikasi organisasi dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Kopi Cantel Jl. Progo Bandung?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dirumuskan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Menganalisis pengaruh dimensi *servqual* terhadap komunikasi organisasi di Kopi Cantel Jl. Progo Bandung.
2. Mengetahui peran komunikasi organisasi dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Kopi Cantel Jl. Progo Bandung.



3. Mengidentifikasi dimensi servqual yang paling dominan memengaruhi komunikasi organisasi dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

## 1.5 Kegunaan Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat dan berguna bagi seluruh pihak diantaranya:

### 1.5.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya ranah komunikasi organisasi. Hasil penelitian ini memperkaya pemahaman mengenai hubungan antara pelayanan (service quality) dan komunikasi organisasi serta implikasinya terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi referensi akademik bagi penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa di bidang komunikasi, khususnya sektor jasa.

### 1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat dilaksanakan agar dapat memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu dalam memecahkan permasalahan yang diteliti dan diharapkan juga dapat bermanfaat bagi berbagai pihak diantaranya:

#### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan teori komunikasi organisasi dalam konteks nyata, sekaligus mengasah kemampuan analisis data kuantitatif. Hasil penelitian juga dapat menjadi pengalaman berharga dalam menghubungkan teori dengan praktik di bidang pelayanan jasa.

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai pentingnya pelayanan dan peran komunikasi organisasi dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Pembaca juga dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai acuan atau rujukan dalam kajian akademis maupun praktik profesional dibidang komunikasi dan pelayanan publik.

c. Bagi Perusahaan (Kopi Cantel)

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi untuk memperbaiki strategi pelayanan dan memperkuat komunikasi organisasi di lingkungan internal. Dengan perbaikan tersebut, perusahaan diharapkan mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen sekaligus memperkuat citra positif di tengah persaingan industri kafe yang kompetitif.

## 1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian dalam penelitian ini terdiri dari 5 BAB yang merupakan satu kesatuan yang disusun berurutan, sebagai berikut:

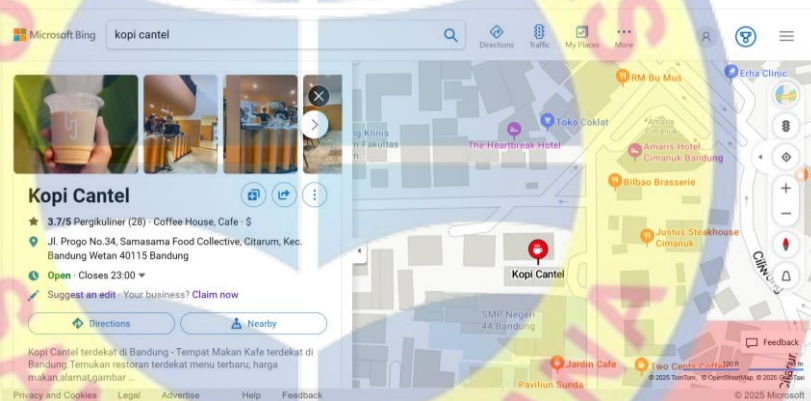
- I. BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penelitian, lokasi dan waktu penelitian.
- II. BAB II TINJAUAN PUSTAKA, terdiri dari kajian teoretis, kajian nonteoritis, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.
- III. BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari jenis penelitian, ruang lingkup penelitian, operasional variabel dan skala pengukuran, populasi dan sampel, teknis analisis data, uji validasi dan reliabilitas.

- IV. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari obyek penelitian, hasil pengumpulan data, karakteristik responden, hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.
- V. BAB V PENUTUP, terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

### 1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

#### a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di JL. Progo No. 34, Citarum, Kecamatan Bandung Wetan. Kota Bandung, Jawa Barat 40115.



Gambar 1 3 Lokasi Penelitian  
Sumber : Google Maps 2025

**b. Waktu Penelitian**

**Tabel 1 1 Waktu Penelitian**

Kegiatan Penelitian	Waktu Penelitian 2025						
	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
Survei Lokasi Penelitian							
Pra-Survei Penelitian							
Penyusunan UP							
Bimbingan UP							
Seminar UP							
Pengumpulan data							
Bimbingan skripsi							
Pengelolaan data							
Penyusunan penelitian							
Bimbingan Penelitian							
Sidang penelitian							

**Sumber : Peneliti (2025)**