

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

*Coffee shop* merupakan suatu tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi serta minuman non alkohol dengan menyediakan suasana santai tempat yang nyaman, dan dilengkapi berbagai fasilitas seperti alunan musik, TV, bacaan, koneksi internet serta desain interior yang menarik dan pelayanan yang ramah. Kata *cafe* sendiri berasal dari bahasa perancis, *cafe*, yang artinya kopi. Awalnya keberadaan *cafe* selalu di pinggir jalan dan sederhana, namun saat ini *cafe* bahkan masuk dalam gedung hotel berbintang, *mall*, dengan berbagai nama. Tidak hanya menawarkan sajian minuman atau makanan saja, saat ini *coffee shop* mengalami pergeseran makna dan menyajikan suasana yang nyaman dan fasilitas yang lengkap”(Herlyana, 2012).

*Coffee shop* saat ini banyak terdapat di salah satu kota yaitu Yogyakarta. Selain sebagai kota pelajar, Yogyakarta juga dikenal sebagai kota seni dan budaya, tempat bertumbuhnya kreativitas untuk berekspresi, kreativitas ini kemudian diterapkan dalam bidang berbisnis, salah satunya *coffee shop* yang memang saat ini sedang diminati oleh banyak kalangan muda. Karena para penikmat tidak hanya mencari cita rasa kopi saja, tak jarang sekarang banyak *coffee shop* membangun konsep dengan sedikit berbeda, demi alasan untuk kepuasan konsumen yang datang”(Herlyana, 2012).

Ada banyak kedai kopi di Yogyakarta dan tren minum kopi yang telah memikat kota Yogyakarta telah terbukti selama bertahun-tahun dan pertumbuhan kedai kopi di Yogyakarta. Dilansir dari kompasiana.com pada tahun 2022 mencapai 800 pertumbuhan kedai kopi di daerah kota Yogyakarta. Jumlah *coffee shop* yang banyak menyebabkan untuk tingkat kompetitifnya tinggi, agar bisnis *coffee shop* ini terus maju dan "bertahan oleh karena itu perlu adanya peningkatan kualitas" layanan berbasis teknologi. Kualitas layanan berbasis teknologi berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Pelayanan teknis merupakan masalah kepuasan yang berkaitan dengan pemberian pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sedemikian rupa pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh *coffee shop*. Oleh karena itu, *coffee shop* yang bergerak di bidang minuman dan makanan harus menyediakan layanan berbasis teknologi yang berkualitas untuk memuaskan konsumennya. Faktanya teknologi memberikan manfaat dalam konsistensi, otomatisasi, dan transaksi yang lancar, sehingga kedai kopi mengadopsi alat baru untuk tetap kompetitif dan menyediakan cara baru untuk bertransaksi (Allegra, 2022). Kedai kopi dapat mempercepat penjualan dan melayani sebanyak mungkin pelanggan karena implementasi printer mobile dengan POS. Perangkat ini menghasilkan resep yang dienkripsi dengan informasi pelanggan pada basis data penjualan (Pavlovich, 2023).

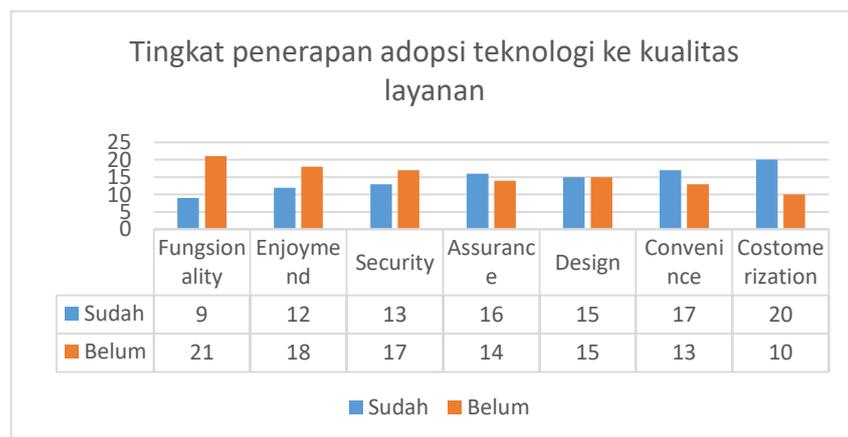
Layanan berbasis teknologi seperti halnya layanan aplikasi digital merupakan salah satu layanan aplikasi yang sangat membantu kegiatan operasional sebuah usaha. Jenis usaha yang cenderung menggunakan layanan

aplikasi digital adalah usaha di bidang makanan dan minuman, seperti kafe dan restoran (Ramadhani, 2021). Penggunaan layanan member *card* berbasis teknologi juga telah diterapkan oleh *coffee shop* starbucks yang lebih dulu melakukan inovasi penggunaannya. Serta didukung fakta bahwa 79% konsumen setuju program loyalitas dan penghargaan membuat mereka lebih cenderung untuk terus berbisnis dengan suatu merek (Newberry, 2024). Layanan member *card* berbasis teknologi adalah cara terbaik bagi usaha kecil, seperti kedai kopi, untuk memberikan insentif kepada pelanggan. Program loyalitas untuk usaha kecil dapat menawarkan imbalan atau keuntungan bagi mereka yang berbelanja, biasanya dalam bentuk poin yang dapat ditukarkan dengan diskon atau barang gratis (Newberry, 2024).

Banyaknya *coffee shop* di daerah kota Yogyakarta membuat perkembangan kualitas layanan yang diberikan *coffee shop* apakah memiliki dampak yang baik bagi konsumen, dari hasil survei yang dilakukan dengan melibatkan 55 responden pelanggan dari *coffee shop* yang pernah membeli coffee di daerah kota Yogyakarta, menunjukkan bahwa dampak dari penggunaan kualitas layanan *coffee shop* berbasis teknologi menunjukkan tingkat konsumen pergi dalam satu minggu yaitu 48,1% satu kali dalam seminggu, 22,2 % dua kali dalam seminggu, 29,7% lebih dari tiga kali dalam seminggu. Serta efektifitas dari layanan berbasis teknologi menunjukkan hasil dari konsumen yaitu 98,1% konsumen merasa penggunaan kualitas layanan berbasis teknologi sangat efektif dan 1,9% menunjukkan bahwa tingkat tidak efektif dalam penggunaan kualitas layanan berbasis teknologi. Jika dilihat dari

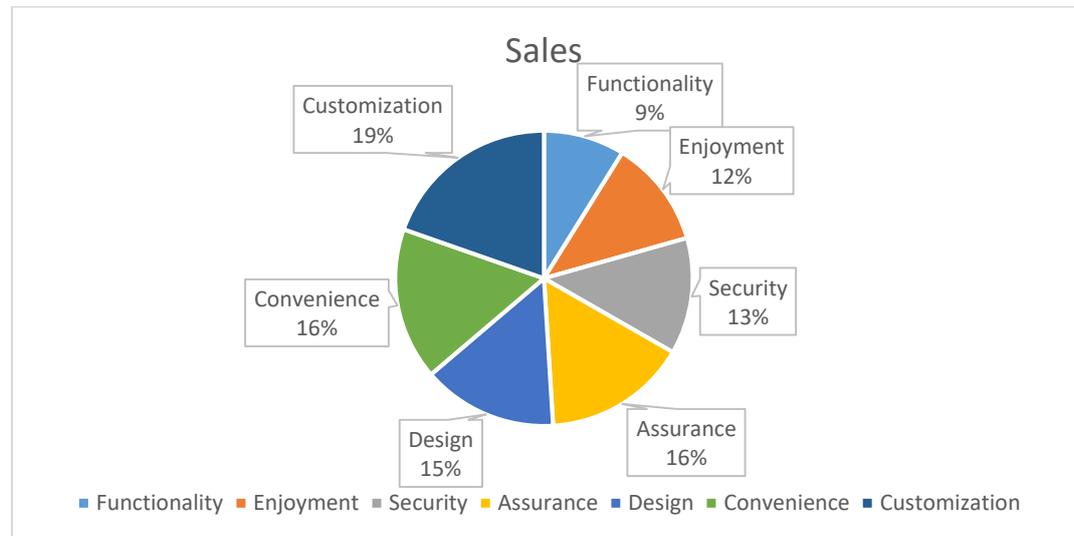
pentingnya kualitas layanan berbasis teknologi maka diperoleh 96,3% menunjukkan hasil setuju dan 3,7% menunjukkan tidak setuju.

Penggunaan kualitas layanan berbasis adopsi teknologi nyatanya masih banyak belum digunakan bagi *coffee shop* di kota Yogyakarta dimana dapat dilihat pada hasil survei yang melibatkan 30 kedai kopi menunjukkan bahwa tingkat penerapan pada layanan seperti *Functionality, Enjoyment, Security, Assurance, Design, Convenience, Customization* yang berbasis adopsi teknologi nyatanya masih banyak belum yang menerapkan, Gambar 1.1 dan gambar 1.2 dapat dilihat dibawah ini.



Gambar 1.1 Diagram penerapan layanan berbasis adopsi teknologi

Sumber wawancara peneliti (2024)



Gambar 1.2 Diagram yang Sudah Menerapkan Layanan Berbasis Adopsi  
Teknologi

Sumber wawancara peneliti (2024)

Kualitas layanan dalam bisnis *coffee shop* sangatlah erat hubungannya, sehingga dalam penerapannya tidak dapat dipisahkan dan akan memberikan dampak terkait dalam efektifitas dan efisiensi sebuah kedai *coffee shop*. Penerapan teknologi dapat digunakan sebagai sumber daya yang produktif, taktis dan strategis, sebagai alat dan sebagai agen perubahan. Teknologi juga mampu merevolusi manajemen organisasi dalam hal layanan melalui fungsi *humanware*, selain itu teknologi mampu merevolusi organisasi dan informasi.

Kualitas Layanan berbasis adopsi teknologi dapat membantu *coffee shop* meningkatkan kualitas layanan, salah satunya yaitu penggunaan aplikasi pemesanan *online* atau aplikasi seluler khusus *coffee shop* memungkinkan pelanggan untuk melakukan pemesanan sebelumnya, mengurangi waktu antri, dan memberikan pengalaman yang lebih nyaman.

Manajemen *Humanware*, Konsep "*humanware*" mengacu pada aspek manusia dalam penyediaan layanan. Teknologi dapat membantu pelatihan karyawan, memantau performa mereka, dan memfasilitasi komunikasi internal. Ini dapat membantu memastikan konsistensi pelayanan yang tinggi dari seluruh tim.

Teknologi memungkinkan *coffee shop* untuk lebih responsif terhadap trend dan musiman dengan cepat mengubah menu atau merancang promosi khusus. Media sosial, situs web, dan kampanye pemasaran digital dapat membantu *coffee shop* memperluas jangkauan mereka dan menjalin interaksi langsung dengan pelanggan. Kedai kopi ini biasanya menawarkan berbagai jenis kopi khusus dan metode penyeduhan yang unik. Mereka sering kali mengadopsi teknologi untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka (Allegra, 2022). Banyak kedai kopi lokal juga telah mulai mengadopsi teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas layanan (Öngener & Özkurt, 2019)

Penelitian (Rahab & Hartono, 2012) menyatakan bahwa teknologi digital merupakan faktor penting dari keputusan untuk mengadopsi teknologi informasi pada usaha kecil di Yogyakarta. Ada banyak faktor yang menjadi alasan bagi pemilik usaha menggunakan layanan aplikasi digital pada bisnisnya salah satunya karena faktor persaingan yang ketat antar usaha.

Layanan teknologi juga mengubah cara orang bekerja dan berinteraksi. Penelitian Nairobi et al (2013) menurut Walker & Craig-Lees (2002) menyatakan bahwa teknologi dapat memfasilitasi penyampaian layanan untuk

kepentingan pelanggan dan penyedia. Selain memberikan kesempatan untuk penawaran layanan baru, teknologi menyediakan kendaraan untuk memberikan layanan yang ada dan lebih mudah diakses, cara yang nyaman dan produktif (Nairobi et al., 2013).

Perkembangan layanan teknologi ke dalam *coffee shop* telah membawa perubahan besar dalam cara *coffee shop* beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan. Adopsi teknologi dapat membantu meningkatkan pelayanan di kedai kopi. Berikut adalah beberapa contoh teknologi yang dapat digunakan:

1. Aplikasi digital: Aplikasi digital dapat membantu meningkatkan kinerja bisnis kedai kopi skala mikro (Maryatmo & Pamenta, 2023). Aplikasi ini dapat digunakan untuk memesan makanan dan minuman, membayar tagihan, dan melihat menu.
2. *Calling system* adalah inovasi layanan self-service berbasis teknologi yang dapat digunakan di kedai kopi (Millah, dkk 2023). Pelanggan dapat memesan makanan dan minuman melalui sistem ini tanpa harus berinteraksi langsung dengan pelayan.
3. Transformasi digital melalui adopsi teknologi digital merupakan keharusan di tengah persaingan (Kompas, 2022). Teknologi digital dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas pelayanan di kedai kopi.
4. Inovasi menu dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan daya tarik *coffee shop* Jiwa Group, misalnya, melakukan inovasi melalui

penggunaan teknologi dan menyediakan kopi berkualitas tinggi namun terjangkau di seluruh Indonesia (Arif Wicakson, 2022).

5. Sistem self-service dapat membantu meningkatkan efisiensi pelayanan di kedai kopi (Hasanah, 2022). Pelanggan dapat memesan makanan dan minuman sendiri tanpa harus menunggu pelayan.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan bahwa tingkat penerapan pada layanan seperti *Functionality, Enjoyment, Security, Assurance, Design, Convenience, Customization* berbasis adopsi teknologi nyatanya masih banyak belum yang menerapkan. Penerapan layanan *functionality* terhadap kualitas layanan berbasis adopsi teknologi memang masih banyak yang belum menerapkannya hal ini didasarkan oleh temuan dari wawancara yang telah dilakukan bahwa layanan *functionality* menjadi salah satu faktor yang digunakan dalam penggunaan kualitas layanan berbasis adopsi teknologi. Nyatanya faktor “*Functionality*” sangat penting bagi *coffee shop*. Berikut beberapa alasan:

1. Efisiensi Operasional *coffee shop* dapat mencegah kemacetan, memfasilitasi pergerakan, dan meningkatkan fungsionalitas secara keseluruhan (Esquires, 2023).
2. Meningkatkan Pengalaman Pelanggan seperti melakukan pemesanan, berinteraksi dengan barista (feesh, 2022).
3. Mendukung Interaksi Komunitas, *Coffee shop* menawarkan ruang bagi orang untuk terhubung, bekerja, dan bersantai (Crockett, 2023).

4. Mendukung Inovasi: Teknologi dapat membantu *coffee shop* untuk terus berinovasi dan menawarkan produk dan layanan baru kepada pelanggan (feesh, 2022).

Layanan *Enjoyment* terhadap kualitas layanan berbasis adopsi teknologi memang masih banyak yang belum menerapkannya hal ini didasarkan oleh temuan dari wawancara yang telah dilakukan bahwa layanan *Enjoyment* menjadi salah satu faktor yang digunakan dalam penggunaan kualitas layanan berbasis adopsi teknologi. Nyatanya faktor “*Enjoyment*” sangat penting bagi *coffee shop*. Berikut beberapa alasan:

1. Membangun Hubungan Komunitas di mana orang berkumpul untuk bersosialisasi, bekerja, dan bersantai, memperkuat ikatan komunitas (Crockett, 2023).
2. Meningkatkan Kepuasan Pelanggan, *Coffee shop* yang menyenangkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Misalnya, suasana yang nyaman, musik yang menenangkan, dan layanan yang ramah dapat membuat pengalaman pelanggan lebih menyenangkan (Penikmat Kopi, 2024)
3. Meningkatkan loyalitas pelanggan dan pendapatan jangka panjang untuk *coffee shop* (Rusti et al., 2021)

Layanan *security* terhadap kualitas layanan berbasis adopsi teknologi memang masih banyak yang belum menerapkannya hal ini didasarkan oleh temuan dari wawancara yang telah dilakukan bahwa layanan *security* menjadi salah satu faktor yang digunakan dalam penggunaan kualitas layanan berbasis

adopsi teknologi. Nyatanya faktor “*security*” sangat penting bagi *coffee shop*.

Berikut beberapa alasan:

1. Melindungi Bisnis: *Coffee shop* adalah investasi yang signifikan baik dalam hal waktu, uang, dan modal emosional. Oleh karena itu, melindungi bisnis dari pencurian dan vandalisme sangat penting (Esho, 2023)
2. Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan: Pelanggan yang merasa aman di *coffee shop* lebih mungkin untuk kembali. Ini mencakup keamanan fisik seperti pencahayaan yang baik dan kunci keamanan yang kuat, serta keamanan digital seperti enkripsi Wi-Fi yang kuat (ALVIN D. SINGH, 2023)
3. Melindungi Informasi Pelanggan, *Coffee shop* harus melindungi jaringan mereka untuk mencegah pencurian data dan menjaga kepercayaan pelanggan (Louisville, 2022).
4. Mencegah Kejahatan Siber, penting bagi *coffee shop* untuk memahami dan mengatasi risiko keamanan siber (Louisville, 2022).

Layanan *assurance* terhadap kualitas layanan berbasis adopsi teknologi memang masih banyak yang belum menerapkannya hal ini didasarkan oleh temuan dari wawancara yang telah dilakukan bahwa layanan *assurance* menjadi salah satu faktor yang digunakan dalam penggunaan kualitas layanan berbasis adopsi teknologi. Nyatanya faktor “*assurance*” sangat penting bagi *coffee shop*. Berikut beberapa alasan

1. Kepercayaan Pelanggan: Assurance mencakup aspek seperti keandalan, kepercayaan, dan kompetensi (Reggie et al., 2021).

2. Kualitas Layanan: Assurance berkaitan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan (Paniterce & Ylagan, 2022).
3. Pengalaman Pelanggan: Assurance juga berkaitan dengan bagaimana *coffee shop* memenuhi harapan pelanggan dan memberikan pengalaman yang positif (Paniterce & Ylagan, 2022).

layanan *design* terhadap kualitas layanan berbasis adopsi teknologi memang masih banyak yang belum menerapkannya hal ini didasarkan oleh temuan dari wawancara yang telah dilakukan bahwa layanan *Design* menjadi salah satu faktor yang digunakan dalam penggunaan kualitas layanan berbasis adopsi teknologi. Nyatanya faktor “*Design*” sangat penting bagi *coffee shop*. Berikut beberapa alasan.

1. Desain *coffee shop* berperan penting dalam membangun dan memperkuat identitas merek. Ini membantu mengkomunikasikan nilai, kepribadian, dan keunikan *coffee shop* kepada pelanggan (Yaiza Martinez, 2022).
2. Layanan Desain dapat Meningkatkan Pengalaman Pelanggan (Designs, 2023)
3. pengalaman mereka di *coffee shop* lebih mungkin untuk kembali (Miller, 2022).

Layanan *convenience* terhadap kualitas layanan berbasis adopsi teknologi memang masih banyak yang belum menerapkannya hal ini didasarkan oleh temuan dari wawancara yang telah dilakukan bahwa layanan *convenience* menjadi salah satu faktor yang digunakan dalam penggunaan

kualitas layanan berbasis adopsi teknologi. Nyatanya faktor “*convenience*” sangat penting bagi *coffee shop*. Berikut beberapa alasan

1. *Convenience* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, mempengaruhi niat pembelian ulang, dan sebagai pengalaman bagi pelanggan.
2. Meningkatkan Efisiensi Layanan: Kemudahan layanan adalah suatu keharusan. Misalnya, penawaran jendela *drive-up* dapat menarik lebih banyak pelanggan. Produk kopi yang mengurangi waktu yang dihabiskan dalam antrian, atau kebutuhan untuk menggiling dan menyeduh biji kopi bisa menjadi jawaban yang mereka cari - tanpa harus mengorbankan kualitas (Peter Lancashire, 2022)
3. Pelanggan yang menikmati pengalaman mereka di *coffee shop* lebih mungkin untuk kembali. Ini dapat membantu meningkatkan loyalitas untuk *coffee shop*

Layanan *customerization* terhadap kualitas layanan berbasis adopsi teknologi memang masih banyak yang belum menerapkannya hal ini didasarkan oleh temuan dari wawancara yang telah dilakukan bahwa layanan *customerization* menjadi salah satu faktor yang digunakan dalam penggunaan kualitas layanan berbasis adopsi teknologi. Nyatanya faktor “*customerization*” sangat penting bagi *coffee shop*. Berikut beberapa alasan

1. *Customization* atau penyesuaian dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memungkinkan mereka untuk memiliki pengalaman yang unik dan pribadi (Deloitte, 2022).

2. Mendukung Diversifikasi: Kita hidup di era dimana diversifikasi didorong. Menurut Deloitte Consumer Review Report, 36% konsumen menunjukkan minat dalam membeli barang atau layanan yang disesuaikan (Deloitte, 2022).
3. Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: *Customization* dapat membantu *coffee shop* membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Deloitte, 2022).
4. *Customization* dapat mendorong inovasi dalam industri *coffee shop*. Misalnya, *Caribou Coffee* menawarkan serangkaian opsi penyesuaian standar yang mudah dikelola dan dieksekusi secara konsisten (Caribou Fall, 2023).

Di era perkembangan teknologi yang mampu memberikan akses yang cepat diperoleh, teknologi dalam suatu pelayanan *coffee shop* diharapkan mampu memberikan kesan baik bagi para konsumen, bukan hanya pelayanan yang diberikan tetapi hal lain seperti halnya penerapan teknologi pelayanan yang diberikan kepada konsumen agar nantinya para konsumen bukan hanya menikmati dari segi suasana yang diberikan oleh *coffee shop* seperti yang ada sekarang, tetapi bisa memberikan kesan baru bagi konsumen dengan adanya teknologi pelayanan yang diberikan. Agar nantinya penerapan teknologi dan pelayanan ini mampu meningkatkan segi kualitas *coffee shop* maupun segi pelayan dari teknologi.

Dengan adanya latar belakang tersebut, peneliti memilih *coffee shop* yang ada di daerah Yogyakarta khususnya di daerah kota Yogyakarta sebagai tempat penelitian dengan harapan mampu memberikan manfaat bagi kemajuan layanan berbasis adopsi teknologi di daerah kota Yogyakarta dengan judul “PENGEMBANGAN MODEL KUALITAS LAYANAN BERBASIS ADOPSI TEKNOLOGI UNTUK *COFFEE SHOP* DI KOTA YOGYAKARTA”.

## **B. Identifikasi Masalah**

“Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diidentifikasi masalah sebagai berikut:”

1. Penggunaan kualitas layanan berbasis adopsi teknologi dari segi *Functionality, enjoyment, security, assurance, design, convenience* dan *customerization* nyatanya masih banyak yang belum menerapkan di *coffee shop* di kota Yogyakarta.
2. Penggunaan faktor kualitas layanan berbasis adopsi teknologi seperti, *Functionality, enjoyment, security, assurance, design, convenience* dan *customirization* ini dapat mempengaruhi bagaimana teknologi diterima dan digunakan oleh pengguna, dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi kualitas layanan.

## **C. Batasan Masalah**

Pada penelitian ini peneliti membatasi masalah yang ada yaitu:

1. Adopsi teknologi dalam kualitas layanan seperti, *enjoyment, security, assurance, Design, convenience* dan *customirizatio* dapat mempengaruhi hubungan terhadap kualitas layanan.
2. Responden.yang.dipilih adalah konsumen yang datang ke *coffee shop* di yogyakarta dengan range umur 15-40 tahun.
3. Waktu pengumpulan data Desember 2023-Januari 2024

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah, maka dapat dikembangkan sebuah rumusan masalah yaitu bagaimana pengembangan model hubungan kualitas layanan dan penggunaan layanan berbasis adopsi teknologi untuk *coffee shop* di kota Yogyakarta.

#### **E. Tujuan.Masalah.**

berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat dirumuskan tujuan penelitian yang dicapai adalah mengembangkan model hubungan kualitas layanan dan penggunaan layanan berbasis adopsi teknologi untuk *coffee shop* di kota Yogyakarta.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini bertujuan untuk mengembangan informasi tentang hubungan kualitas layanan bagi pengguna layanan berbasis adopsi teknologi di kota Yogyakarta. Serta penelitian ini diharapkan dapat

menjadi solusi perbaikan kedepan bagi seluruh kedai *coffee shop* di kota Yogyakarta untuk layanan yang lain.