

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, bisnis tempat nongkrong dan kuliner di Bandung telah mengalami pertumbuhan pesat, menciptakan persaingan yang semakin ketat. Seiring dengan perkembangan ini, ulasan pelanggan online, dikenal sebagai *Online Customer Review*, telah muncul sebagai kekuatan dominan yang membentuk reputasi bisnis. Dalam dunia digital yang penuh informasi ini, Google Maps, sebuah platform peta daring yang sangat penting, tidak hanya memberikan informasi dasar tentang lokasi dan jam operasional, tetapi juga menyediakan ulasan dari pengunjung sebelumnya, serta penilaian keseluruhan dari pengguna. Cafe Dreams Social Life memiliki rating 3,9 yang menyoroti data ulasan testimoni pelanggan, baik yang positif maupun negatif. Sebuah studi oleh Spiegel Research Center menegaskan bahwa peringkat 4,2 - 4,5 dianggap paling terpercaya, memberikan dasar evaluasi reputasi kafe ini. Meskipun terdapat beberapa ulasan negatif yang tersebar, analisis data menunjukkan bahwa reputasi Cafe Dreams Social Life mengalami peningkatan seiring berjalannya waktu.

Namun, kekuatan ulasan pelanggan ini tidak datang tanpa tantangan. Ulasan negatif, tergantung pada kualitas dan kredibilitasnya, memiliki potensi untuk memberikan dampak yang signifikan terhadap reputasi bisnis. Respons dan tindakan yang diambil oleh perusahaan terhadap ulasan negatif juga memegang peran kunci dalam membentuk persepsi konsumen.

Bahkan, ketika ulasan negatif bersanding dengan sejumlah besar ulasan positif, konsumen cenderung melihatnya sebagai pengecualian daripada aturan yang umumnya positif.

Situasi ini memberikan dasar yang kuat untuk analisis pemulihan reputasi. Ketika ulasan negatif muncul, pemahaman mendalam tentang pengalaman pelanggan yang tidak memuaskan dan merumuskan strategi yang efektif untuk memperbaiki reputasi bisnis menjadi esensial. Dalam era informasi digital ini, ulasan pelanggan tidak hanya mencerminkan pengalaman individu, tetapi juga mempengaruhi keputusan pembelian orang lain, menciptakan spiral efek yang memperumit dinamika persaingan bisnis.

Dalam awal pembukaan Cafe Dreams Social Life, menurut manajemen pada evaluasi, persiapan yang tidak terstruktur mengakibatkan impresi awal yang kurang menguntungkan. Namun, melalui pengalaman dan interaksi dengan pengunjung, terbentuk pemahaman baru tentang kebutuhan pelanggan. Meskipun menghadapi ulasan negatif, terutama terkait dengan "pelayanan", Cafe Dreams Social Life tetap menarik pengunjung.

Pengelola kafe memahami bahwa interaksi positif dengan pengunjung dapat mengubah persepsi, membentuk citra positif, dan membangun reputasi melalui pengalaman yang konstruktif. Dalam berbagai layanan, mulai dari tempat duduk di area terbuka hingga musik live dan hidangan larut malam.

Dalam konteks ini, pemahaman konstruktivisme tentang bagaimana manusia merespons informasi dan bagaimana interaksi dengan ulasan pelanggan membentuk persepsi, menjadi landasan yang sangat penting. Analisis ini bukan sekadar tugas teknis, tetapi juga penjelajahan mendalam tentang interaksi manusia dengan informasi digital, memahami bagaimana persepsi dibangun dan reputasi bisnis dipertahankan. Dengan memahami kerumitan ini, Cafe Dreams Social Life dan bisnis serupa dapat menghadapi tantangan ini dengan kepiarian dan sensibilitas, membangun reputasi yang kokoh dan berkelanjutan di tengah lautan informasi yang terus berkembang di era digital ini.



Gambar 1.1 Profile Instagram Cafe Dreams Social Life
Sumber: Instagram.com

Gambar 1.1 memperlihatkan *profile* Instagram Cafe Dreams Social Life sebagai alat yang efektif untuk memperluas jangkauan dan membangun reputasi merek. Google Maps dan Instagram menjadi pusat informasi utama bagi pelanggan, menyediakan ulasan dan testimoni yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Cafe Cafe Dreams Social Life review di GMaps 3,9 (374) sedangkan kompetitornya bagi kopi review di GMaps 4,7 (421) dan 1994 review di GMaps 4,7 (581).

Khammash (2008) menjelaskan bahwa ulasan pelanggan *online* bukan sekadar kumpulan kata-kata; itu adalah bentuk ekspresi konsumen terhadap produk dan layanan. Ulasan ini membentuk pandangan konsumen tentang sebuah perusahaan dan produk-produknya. Melalui platform seperti Google Maps dan Instagram, konsumen dapat melihat ulasan dari sesama konsumen, memberikan pandangan nyata tentang pengalaman mereka.

Pentingnya ulasan pelanggan tidak hanya terletak pada informasi yang mereka bawa, tetapi juga pada sistem rating yang digunakan. Skema rating dengan bintang telah menjadi standar umum di toko online. Semakin banyak bintang yang diberikan oleh konsumen, semakin baik reputasi penjual tersebut. Sistem ini memberikan cara yang jelas dan cepat bagi konsumen untuk menilai kualitas produk atau layanan.

Namun, lebih dari sekadar memberikan bintang, ulasan pelanggan juga berfungsi sebagai alat bantu pengambilan keputusan. Konsumen menggunakan ulasan untuk membimbing keputusan pembelian mereka, mencari masukan tentang kualitas, keandalan, dan kepuasan pelanggan sebelumnya. Oleh karena itu, dalam era digital yang dipenuhi dengan informasi ini, ulasan pelanggan, baik dalam bentuk teks maupun rating bintang, menjadi instrumen vital bagi konsumen dan perusahaan dalam membentuk persepsi dan reputasi bisnis.

★★★★★ 1 hari lalu **BARU**

Overall its been a great foods and places, yet one thing that the owner should really consider is the waitress and the service. At least trained them a bit on how to be more polite and understanding towards the customers. I know that working at a 24 hours cafe or bar would be very tiring, at least they have to learn and adapt, i hope this message could help to improve the quality of dreams social life♥

(Diterjemahkan oleh Google)

Secara keseluruhan ini adalah makanan dan tempat yang bagus, namun satu hal yang harus benar-benar dipertimbangkan oleh pemilik adalah pelayan dan layanan. Setidaknya latih mereka sedikit tentang bagaimana menjadi lebih sopan dan pengertian terhadap pelanggan. Saya tahu bahwa bekerja di kafe atau bar 24 jam akan sangat melelahkan, setidaknya mereka harus belajar dan beradaptasi, semoga pesan ini dapat membantu meningkatkan kualitas kehidupan sosial impian♥

★★★★★ sebulan lalu

Makan di tempat | Rp 25.000–50.000

beberapa kali saya datang kesini udh ngerasa alur komunikasi pegawai gajelas dan selalu berbeda beda jawaban ketika ada pertanyaan. sampai malam kemarin tgl 26 mei saya bnr bnr merasakan hal yg tidak nyaman ditempat ini. BAD SERVICE, BAD ATTITUDE, ALL BAD kecuali tempat nongkrong dan minuman nya. F&B moderate.

★★★★★ 3 minggu lalu **BARU**

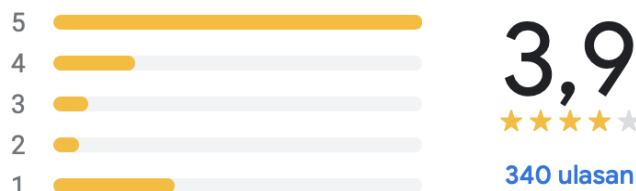
Makan di tempat | Lainnya | Rp 100.000–125.000

Nunggu makanannya lama, padahal posisi kafe kosong datang sekitar jam 4 sore, pesen nasgor oriental sama carbonara. Ga ada rasa makanannya.. bingung kenapa tmpt ini rame pisan.. mgkn kalo CMN nongkrong minum doank mah bole lah.. tmptnya lumayan ok n udara terbuka.. nasgor ga ada rasa sama skali sampe minta garemin n kecap manis. Carbonaranya ga ada rasa jg. Sesudah di garemin mendingan, abis karna laper joniiii.. minum okay ice chocolatenya used to be better and thicker.. not anymore now.. tapi liat bill dengan harga segitu si ga worthed 😞

Gambar 1.2 Ulasan Pelanggan Cafe Dreams Social Life

Sumber: Google Maps

Berdasarkan gambar 1.2 ulasan pelanggan Cafe Dreams Social Life di google maps dengan rating 1,2 dan 3 mengarah pada pelayanan tempat, musik live, matcha, waiters, parkir, pegawai dan cashier.



Gambar 1.3 Ulasan di Google Maps

Sumber: Google Maps

Gambar 1.3 ulasan di google maps, Cafe Dreams Social Life memiliki rating 3,9 yang menyoroti data ulasan testimoni pelanggan, baik yang positif maupun negatif. Sebuah studi oleh Spiegel Research Center menegaskan bahwa peringkat 4,2 - 4,5 dianggap paling terpercaya, memberikan dasar evaluasi reputasi kafe ini. Meskipun terdapat beberapa ulasan negatif yang tersebar, analisis data menunjukkan bahwa reputasi Cafe Dreams Social Life mengalami peningkatan seiring berjalannya waktu. Dalam perhitungan pada kalkulator tinjauan google, Cafe Dreams Social Life membutuhkan 408 ulasan positif dengan rating 5 untuk mendapatkan peringkat 4,5. Selain data dari Google Maps, penelitian ini juga merangkul informasi dari sumber artikel, riset terkait pemulihan reputasi. Menurut sebuah survei, 93% pembeli online menentukan apakah suatu bisnis memiliki reputasi baik atau tidak berdasarkan ulasan yang tersedia. Ulasan positif juga dapat meningkatkan keuntungan bagi bisnis. Sebaliknya, ulasan Negatif Google Dapat Membahayakan disebabkan dapat merugikan bisnis karena dapat menyebabkan hilangnya pendapatan dan mengurangi skeptisisme pembeli. Satu ulasan negatif dapat menyebabkan bisnis kehilangan pelanggan baru. Sebuah studi oleh ReviewTrackers menemukan bahwa pelanggan 44,6% lebih mungkin mengunjungi atau memesan dari bisnis yang merespons ulasan negatif secara profesional.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa review memiliki pengaruh yang lebih besar daripada rating terhadap minat pembelian. Namun, interaksi antara review dan rating tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepercayaan dan minat pembelian. Jurnal selanjutnya membahas tentang Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Online Customer Review, Penggunaan Sosial Media, dan Brand Trust Online Shop Shopee di Surakarta, Hasil.

penelitian menunjukkan bahwa online customer review, penggunaan media sosial, dan kredibilitas merek secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online Shopee.

Berdasarkan gap yang ditemukan, kurangnya pemahaman mendalam tentang ulasan pelanggan dan respons bisnis terhadap ulasan tersebut dalam konteks bisnis kuliner dan tempat nongkrong seperti Cafe Dreams Social Life di Bandung. Meskipun terdapat penelitian yang menyoroti pentingnya ulasan pelanggan dalam membentuk reputasi bisnis, belum ada penelitian yang secara khusus menjelajahi bagaimana ulasan pelanggan diinterpretasikan, diberi makna, dan diproses oleh pelanggan, serta bagaimana respons bisnis terhadap ulasan tersebut mempengaruhi persepsi pelanggan. Selain itu, kurangnya pemahaman tentang bagaimana konstruksi sosial dari ulasan pelanggan dapat berbeda-beda di berbagai konteks budaya dan bagaimana faktor-faktor budaya mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap reputasi bisnis juga merupakan aspek yang belum banyak dieksplorasi.

Analisis ini mengungkapkan pentingnya pemulihan reputasi bagi Cafe Dreams Social Life. Identifikasi pola dalam keluhan pelanggan, penemuan akar penyebab masalah, dan pengembangan solusi berkelanjutan adalah inti dari strategi mereka. Analisis ini bukan hanya tentang mengatasi masalah saat ini; ini juga tentang mencegah masalah serupa terulang di masa depan. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk meneliti skripsi dengan judul “analisis Strategi Pemulihan Reputasi Cafe Dreams Social Life Pada Online Customer Review Di Google Maps”.

1.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang disampaikan diatas, maka pertanyaan penelitian adalah Bagaimana strategi pemulihan reputasi Cafe Dreams Social Life pada reputasi di Google Maps?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang dan pertanyaan penelitian yang sudah dipaparkan di atas, maka tujuan dilakukanya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemulihan reputasi Cafe Dreams Social Life pada reputasi di Google Maps

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis:

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai wawasan dan referensi untuk penelitian yang akan dilakukan di masa mendatang dan juga dapat dijadikan sebagai acuan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan sejenis.

1.4.2. Manfaat Praktis:

Manfaat praktis penelitian ini adalah sebagai sarana belajar dalam mengeksplorasi pentingnya melakukan strategi audience engagement pada sebuah perusahaan, selain itu penelitian ini merupakan syarat untuk kelulusan untuk tingkat Strata 1 (S1) program studi Digital Public Relations, Telkom University. Selain itu Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai masukan ataupun saran bagi perusahaan terkait.

1.5. Waktu dan Lokasi Penelitian

1.5.1. Waktu Penelitian

Tabel 1.1 Waktu Penelitian

Tahapan	Waktu Penelitian								
	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember	Januari
Menentukan Topik, Judul dan Objek Penelitian									
Proses Penyusunan BAB I									
Proses Penyusunan BAB II									
Proses Penyusunan BAB III									
Desk Evaluation									
Pengumpulan dan Pengolahan Data									
Penyusunan BAB IV									
Penyusunan BAB V									
Pendaftaran Sidang Skripsi									
Sidang Skripsi									

(Sumber: olahan penulis, 2024)

1.5.2. Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian di Cafe Dreams Social Life yang berada di Jl. Ir. H. Juanda No.286 -288, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40135



Gambar 1.4 Cafe Dreams Social Life

(Sumber: Google Maps)