

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, semakin maraknya bisnis Cafe di Indonesia. Banyak bermunculan wirausahawan yang membuka usaha cafe dengan berbagai konsep dan ide unik yang dapat memikat para pelanggan dari berbagai kalangan. Suatu perusahaan yang ingin bertahan dalam menjalankan usahanya harus lebih cermat dalam mengambil keputusan strategi, guna mengikuti segala macam perubahan yang terjadi. Banyak pengusaha yang lebih memilih usaha kuliner menjadikan persaingan pasar yang ketat. Tidak hanya dikota besar saja, sekarang bisnis cafe sudah ramai merambah di kota kecil. Perkembangan bisnis Cafe yang ada di Indonesia ini diakui oleh Asosiasi Pengusaha Cafe dan Restaurant Indonesia (Apkrindo). Berdasarkan data dari, (Kolong, 2020) Stevan lie mengakui bahwa bisnis Cafe di setiap tahunnya tumbuh skitar 15% – 20%. Dari sisi jumlah pelaku usaha dibidang ini diperkirakan lebih dari 10.000 cafe di tanah air, dan pendapatan pun diprediksi akan terus meningkat dari USD 3,4 Miliar menjadi USD 4,16 Miliar. Tingkat persaingan yang ketat inilah yang membuat pemain dalam bisnis cafe memikirkan strategi guna memenangkan persaingan.

Fenomena berkembangnya Cafe di Indonesia semakin menjamur dengan berbagai macam konsep yang unik dan berbeda. Dengan banyaknya bermunculan cafe baru, ini dapat menumbuhkan banyak persaingan. Dapat dilihat dari sisi konsumen saat ini, mereka memiliki banyak alternatif varian dan lebih selektif

dalam memilih cafe yang akan dikunjungi. Maka dari itu pelaku bisnis harus mempersiapkan strategi yang tepat untuk merebut dan memenangkan persaingan. Salah satunya dengan memperhatikan aspek yang ditawarkan seperti keanekaragaman menu yang unik, tempat yang nyaman dan unik yang mampu membuat daya tarik pengunjung. Untuk menghadapi persaingan ini, para pelaku bisnis makanan dan minuman semakin bersaing dengan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan. Hal ini dilakukan agar perusahaan dapat bertahan dan berkembang dimasa yang akan datang. Untuk dapat mendukung usaha tersebut dibutuhkan strategy istrategi yang terpadu, agar didalam mengambil suatu keputusan tidak menyebabkan kerugian bagi perusahaan. Dengan ini diperkuat oleh Henry Assael dalam Sutisna (2002) dimana seorang pemasar berusaha mempengaruhi pengunjung dengan menggunakan stimuli - stimuli pemasaran agar pengunjung bersedia memilih atau membeli produk yang ditawarkan.

Kabupaten Pasuruan juga tidak ketinggalan dalam perkembangan bisnis cafe. Kini telah banyak bermunculan cafe dengan berbagai konsep unik yang ditawarkan. Walaupun pada awalnya kemunculan bisnis kuliner berkonsep cafe ini dianggap asing, karena identik dengan kemewahan dan harga yang mahal. Namun seiring berjalannya waktu masyarakat dapat menerima. Dalam beberapa tahun terakhir bisnis ini menjadi trend di Kabupaten Pasuruan. Banyak pengunjung yang datang khususnya anak muda untuk keperluan kuliner maupun hanya sekedar berkumpul dengan teman dan keluarganya. Dalam hal ini berarti warga Kabupaten Pasuruan sudah mulai mengetahui dan memahami konsep Cafe ini. Salah satu alasan munculnya bisnis cafe di Indonesia adalah karena adanya peluang pasar, mereka tahu segmen yang sesuai dengan cafe yang mereka dirikan. Selain itu karena adanya

gaya hidup dan perilaku masyarakat urban. Masyarakat urban biasanya menganggap cafe sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Kehadiran sebuah cafe mengubah gaya hidup masyarakat dalam meminum kopi. Meminum kopi tidak lagi di dominasi orang dewasa, tetapi juga anak muda baik pria ataupun wanita. cafe dapat menjadi tempat pertemuan dengan rekan bisnis, arisan, bahkan tempat diskusi kaula muda. Hal ini juga didukung oleh pendapat Rhenald Kasali (2010) yang menyatakan bahwa ngopi kini bukan sekedar untuk menghilangkan kantuk, tapi sebagai bagian gaya hidup dimana cafe menjadi tempat berkumpul yang amat diminati.

Beberapa Cafe yang ada di Kabupaten Pasuruan, yakni Warunk Upnormal yang khas dengan makanan indomie ala cafe, Cafe laut Semare dengan konsep yang berada di dasar laut yang berada di Kraton Kabupaten Pasuruan, Noob Cafe dengan konsep klasik yang berada di Gununggangsir Beji, Cafe Kopi Langit dengan konsep outdoor dan indoor dan dilengkapi dengan fasilitas seperti sebuah bus yang keliling disekitar kota pasuruan yang berlokasi di Gununggangsir Beji, Cafe Kangen Kaneng yang berlokasi di Nongkojajar dengan konsep unik, dengan nuansa alam pepohonan dengan udara yang sejuk dan segar dan salah satunya yakni D.Djaja Cafe Gempol yang akan dijadikan obyek untuk penelitian ini.

Dalam mengunjungi cafe konsumen tidak hanya mencari produk saja berupa makanan dan minuman, tetapi mencari pengalaman yang berbeda. Di era saat ini cafe tidak hanya digunakan sebagai tempat makan dan minum, melainkan sebagai tempat bersosialisasi, berkumpul, berukar pikiran dan memperluas jaringan. Sehingga dapat dikatan bahwa kebiasaan makan dan minum diluar rumah telah

menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern dan bertambah luas dari fungsi utamanya.

Cafe adalah tempat minum yang pengunjungnya dapat memesan minuman, seperti kopi, teh, bir, soft drink dan kue (Budiningsih, 2009). Mengusung konsep unik dan asri dengan desain kolam ikan terapi dan dihiasi berbagai tanaman hampir disetiap sudut cafe yang mampu mengikat daya tarik konsumen dan berbagai keanekaragaman menu (*diversity of the menu*) special disajikan, dengan harga yang relatif terjangkau dan memiliki cita rasa yang tinggi. Kelengkapan produk adalah tersedianya jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen (Kotler 2009). Dengan lokasi atau tempat (*place*) cafe yang strategis dan mudah dijangkau konsumen. Menurut (Tjiptono, 2006) menyatakan bahwa *place* adalah keputusan distribusi yang yang menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Perusahaan berusaha menciptakan kepuasan konsumen yang diharapkan dapat membentuk suatu keputusan konsumen untuk berkunjung di D.Djaja Cafe Gempol. Pelanggan akan merasa puas dan gembira apabila harapan mereka terpenuhi.

Dalam penelitian ini dipilih salah satu cafe yang mewakili Kabupaten Pasuruan yakni D.Djaja Cafe Gempol. Berdasarkan berita yang ada pada website D.Djaja cafe Gempol, cafe ini dipilih berdasarkan popularitas yang tinggi, dimana masyarakat Kabupaten Pasuruan telah mengenal dan banyak yang mengunjungi cafe tersebut, dengan adanya penelitian ini dapat membantu untuk mengetahui tingkat pengaruh daya tarik, *place* dan *diversity of the menu* terhadap keputusan berkunjung di D.Djaja Cafe Gempol. Dan populasi dalam penelitian ini yaitu pengunjung D.Djaja cafe gempol.

Berdasarkan fenomena tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “**Pengaruh Daya Tarik, Place dan Diversity of the menu terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada D.Djaja Cafe Gempol Pasuruan).**”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut dapat dirumuskan masalah – masalah sebagai berikut:

1. Apakah Daya tarik berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung di D.Djaja Cafe Gempol?
2. Apakah *Place* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung di D.Djaja Cafe Gempol?
3. Apakah *Diversity of the menu* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung di D.djaja Cafe Gempol?
4. Apakah Daya tarik, *Place* dan *Diversity of the menu* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung di D.Djaja Cafe Gempol?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diperoleh pada kajian ini, antara lain:

1. Mengetahui dan menjelaskan Daya tarik berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di D.Djaja Cafe Gempol.
2. Mengetahui dan menjelaskan *Place* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di D.Djaja Cafe Gempol.

3. Mengetahui dan menjelaskan *Diversity of the menu* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di D.Djaja Cafe Gempol.
4. Mengetahui dan menjelaskan Daya tarik, *Place* dan *Diversity of the menu* berpengaruh simultan terhadap keputusan berkunjung di D.Djaja Cafe Gempol.

1.4. Manfaat Penelitian

Berikut adalah manfaat yang diharapkan dalam kajian ini, antara lain:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi media bagi peneliti untuk menambah wawasan dan pemahaman mengenai tema yang menjadi fokus penelitian ini untuk diterapkan dan menggunakan teori dan sumber yang didapat dibangku kuliah dengan kenyataan yang ada di lapangan.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi, informasi tambahan dan referensi kepada kalangan akademik, terutama bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian dan pengembangan studi riset pemasaran.

3. Bagi Pengelola Cafe

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu sebagai rujukan atau referensi untuk melakukan penelitian berikutnya yang berkaitan dengan bagaimana cara menciptakan keunggulan bersaing. Selain itu penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam perencanaan dan evaluasi

strategi pemasaran guna untuk meningkatkan penjualan dan daya tarik pengunjung di D.Djaja Cafe Gempol untuk megembangkan usahanya ditengah persaingan saat ini.