

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dunia kuliner berkembang pesat dan inovatif berbagai macam makanan yang di ciptakan untuk menarik minat pembeli, ini membuat persaingan dunia kuliner menjadi sangat ketat. Persaingan ketat ini membuat orang berlomba-lomba semakin kreatif atau inovatif dalam meramu dan menciptakan berbagai jenis makanan yang disukai oleh masyarakat.

Kota Bandung dikenal sebagai Kota kreatif dan warga Bandung terkenal dengan kreativitasnya atau inovatif dalam membuat sesuatu, mulai dari sepatu, baju, kerajinan, hingga kuliner. Berbagai macam factory outlet hingga distro bermunculan di Bandung, yang tidak kalah tentu saja dengan kulinerannya semua orang mengakui bahwa Kota Bandung terdapat makanan yang enak dan lezat sehingga menjadi trend makanan diberbagai kota. Kota Bandung menarik wisatawan dari berbagai kota, terutama Ibu Kota Jakarta yang berwisata kuliner di Bandung berbagai macam makanan tradisional, kekinian, hingga western ada di Bandung.

Kondisi ini menyebabkan peningkatan sikap masyarakat terhadap makanan yang ditawarkan dan perkembangan kebiasaan makan modern diluar rumah, yang mengarah pada peningkatan jumlah restoran cafe. Industri jasa makanan saat ini sedang memperluas perannya sebagai sumber kebutuhan potensial manusia, serta melepas lelah padatnya suatu aktivitas tersebut. Untuk bersantai pada malam hari. banyak orang secara sadar mencari lingkungan yang berbeda. Untuk pengalaman bersantap, mereka memilih dan mencari cafe atau restoran yang higienis, nyaman, lezat, dan harga sangat

terjangkau. Akibatnya, para profesional industri jasa bersaing untuk mengalahkan satu sama lain agar perusahaan mereka dilindungi oleh sejumlah besar pelanggan.

Media sosial dan peningkatan aktivitas yang dilakukan di luar rumah, mobilitas fisik semakin meningkat. Kondisi ini menyebabkan peningkatan sikap masyarakat terhadap makanan yang ditawarkan dan perkembangan kebiasaan makan modern di luar rumah, yang mengarah pada peningkatan jumlah restoran cafe.

Kalangan anak muda dan dewasa. Makanan dan minuman dari masa lalu hingga sekarang selalu bervariasi. Mereka memiliki berbagai selera di luar hanya pakaian, cara hidup, dan kegiatan. Munculnya cafe dan restoran dengan menu makanan yang sangat aktif dan khas, tentu saja, adalah bukti bahwa dunia kuliner berkembang dan menciptakan.

Banyak penggemar makanan berlomba-lomba untuk menjadi inovatif dan kreatif untuk menciptakan makanan ringan yang menarik baik dalam penampilan maupun rasa. Kebanyakan orang yang memilih masakan asing beradaptasi dengan daerah asli mereka. Ini menciptakan peluang bisnis bagi siapa saja untuk terjun langsung ke industri restoran atau cafe berdasarkan konsep yang ia dapatkan dari mengamati kejadian saat ini..

Industri cafe resto semakin cepat di Kota Bandung. Hal ini terbukti dengan mudahnya ditemukan cafe resto di Bandung. Bahkan sering dijumpai dengan dua cafe resto dengan menu yang kira-kira sama terletak bersebelahan di ruang yang sama. Karena pelanggan memiliki berbagai pilihan yang sesuai dengan kebutuhan mereka akan penyediaan dan layanan cafe resto, maka terjadi persaingan di industri cafe resto.

Situasi dan kondisi persaingan yang ketat di antara cafe resto, pemilik atau pengelola bisnis harus dapat mempromosikan perusahaan mereka untuk memastikan bahwa jumlah pelanggan tidak menurun melainkan meningkat. Untuk membuat

rencana pemasaran terbaik dan menjaga permintaan konsumen pada tingkat yang dapat memaksimalkan keuntungan, pemilik atau pengelola restoran cafe harus dapat memahami selera dan perilaku orang yang menjadi pelanggan. Mereka juga harus menyadari situasi dan kondisi internal bisnis.

Layanan yang baik akan membantu mencapai, restoran cafe dapat diidentifikasi dengan berbagai pilihan menu makanan, rasa, kelezatan, dan kecepatan penyajian, serta oleh posisi strategis dan harga terjangkau dengan mengadopsi langkah-langkah spesifik seperti menarik klien baru dan meningkatkan layanan penjualan sebelum dan sesudah transaksi.

Cafe restoran sekarang menjadi tempat untuk bersantai dan berbaur selain makan dan minum. Komponen kenyamanan sangat penting oleh karena itu sering kali mereka juga menawarkan layar LCD dan lokasi Hospot untuk mewujudkan hal ini. Kegiatan makan juga merupakan tempat untuk berbaur, di mana anggota keluarga, rekan kerja, atau teman dapat berkumpul. Untuk mencapai hal ini, bisnis harus membaca pasar lebih aktif untuk mencapai tujuan mereka.

Pengunjung berasal dari berbagai latar belakang termasuk wilayah swasta, pemerintah, mahasiswa, dan pengusaha. Karena suasananya kurang formal dan bisa jauh lebih santai, cafe resto menawarkan nilai lebih besar dalam hal kenyamanan. Lingkungan dan gaya hidup baru, khususnya gaya hidup eksekutif yang menghargai kepraktisan dan pengaturan yang lebih modern, juga dijual oleh bisnis cafe resto, yang berarti bahwa tujuan mereka tidak semata-mata untuk menawarkan makanan dan minuman.

Salah satu restoran cafe yang muncul untuk memanfaatkan peluang pasar ini adalah cafe resto Brussels Spring. Tingkat persaingan di antara mereka yang terlibat dalam industri cafe dan restoran meningkat. Karena persaingan, cafe dan restoran

Brussels Spring harus menyesuaikan rencana pemasarannya dan bekerja sama untuk mencapai satu tujuan memenangkan pikiran pelanggan dan meyakinkan mereka untuk melakukan pembelian. Jika sebuah bisnis dapat menarik pelanggan sebanyak mungkin, itu akan memenangkan persaingan di mana ia berpartisipasi. Bisnis akan menghasilkan banyak uang jika menarik banyak pelanggan.

Perbedaan cafe Brussels Spring dengan cafe resto lain yaitu waffle. Dengan original dari Negara Belgia, Wafflenya terasa crispy diluar tapi lembut di dalam. Inilah menjadi faktor nilai jual cafe resto Brussels Spring untuk menarik konsumen.

Berdasarkan informasi dari pada informan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh cafe resto Brussels Spring antara lain belum maksimalnya strategi yang dilakukan bagian dari pemasaran dengan cara terus hal ini perlu dilakukan agar konsumen menganali prduknya oleh karena itu dieperlukan strategi yang tepat. Tentu saja, beberapa tantangan yang dihadapi terkait erat dengan hal ini.

Cafe Brussels Spring berdiri bulan Juni 2008 yang artinya sudah berusia 16 tahun sehingga dapat dikatakan cafe dan resto Brussels Spring sudah menjadi “legend” di kota Bandung. Dengan status “cukup lama berdirinya cafe resto” saya teliti bagaimana starategi pemasaran cafe resto ini hingga bisa bertahan sampai saat ini bahkan sampai saat ini pandemi melanda Indonesia. Omzet di cafe Brussels Spring di hari ke hari cenderung stabil dan naik pada saat weekend days. Terkecuali ada acara atau reservasi omzet bisa naik 3 sampai 4 kali lipat dari biasanya.

Tabel 1.1 Omzet Harian Cafe Resto Brussels Spring

Hari	Jumlah Transaksi	Omzet Rata-Rata Perhari
Senin	97	Rp. 5.345.000
Selasa	103	Rp. 6.687.500
Rabu	112	Rp. 6.909.000
Kamis	108	Rp. 5.989.600
Jum'at	138	Rp. 7.876.000
Sabtu	205	Rp. 15.975.000
Minggu	187	Rp. 13.537.500

Sumber : Peneliti (2023)

Dari fenomena tersebut peneliti berkeinginan untuk dapat meneliti sekaligus menganalisa lebih mendalam cafe resto Brussels Spring tersebut mengenai kaitannya dengan strategi pemasaran seperti apa yang dijalankan tersebut sehingga dapat bertahan hingga saat ini. Untuk itu peneliti akan mengambil judul Usulan Penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Cafe Resto Brussels Spring Kota Bandung”

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk membantu perusahaan dalam menyusun serta mempersiapkan strategi pemasaran yang efektif dilaksanakan oleh perusahaan. Maka penelitian ini dinamakan “Analisis Strategi Pemasaran Cafe Resto Brussels Spring Kota Bandung”

1.3 Rumusan Masalah

Permasalahan yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi bauran pemasaran yang dijalankan oleh cafe resto Brussels Spring?

2. Apa saja yang menjadi kendala dalam penerapan strategi pemasaran di cafe resto Brussels Spring?

1.4 Tujuan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk :

1. Mengetahui strategi bauran pemasaran yang dijalankan oleh cafe resto Brussels Spring.
2. Mengetahui kendala dalam penerapan startegi pemasaran di cafe resto Brussels Spring.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Secara teoritis

Hasil penelitan ini di harapkan dapan di manfaatkan sebagai masukan cafe Brussels Spring. Dan diharapkan juga dapat di gunakan untuk kepentingan ilmiah. Refrensi kepustakaan khususnya di bidang administrasi bisnis dan sebagai refrensi penelitian maupun pembuatan laporan lainnya. Hasil peneliti ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi tambahan terhadap mata kuliah strategi pemasaran.

1.5.2 Secara Praktis

a. Bagi Perusahaan

Diharapkan bagi cafe resto Brussels Spring kota Bandung. Hasil Penelitian fini diharapkan dapat dimanfaatkan untuk mengambil keputusan mengenai strategi pemasaran yang digunakan oleh cafe resto Brussels spring yang berada di Kota Bandung melalui penelitian ini untuk meningkatkan penjualan.

b. Bagi Akademi

Peneliti memberikan pemikiran untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang strategi pemasaran pada program studi administrasi bisnis.

c. Bagi Peneliti

Sebagai bahan dalam mempertimbangkan antara teori yang di dapatkan selama dibangu perkuliahan dengan praktek yang ada dilapangan. Serta untuk menambah pengalaman tentang “Analisis Strategi Pemasaran Cafe Resto Brussels Spring”

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, sistematika penulisan, lokasi dan waktu penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang rangkuman teori yaitu, pengertian administrasi, pengertian bisnis, pengertian administrasi bisnis, pengertian strategi, pengertian pemasaran, pengertian strategi pemasaran, unsur-unsur pemasaran, bauran pemasaran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informasi kunci, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

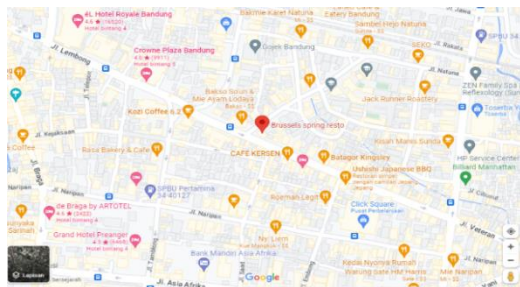
BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan rekomendasi.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian Jl. Veteran No 5, Kb. Pisang, Kec Sumur Bandung. Penelitian dikerjakan pada semester 2022/2023.



Gambar 1.1 Lokasi Penelitian

Sumber : Google Maps (2023)

b. Waktu Penelitian

TABEL 1.2
WAKTU PENELITIAN

No	Jadwal Penelitian	Bulan Pelaksanaan									
		Nov 22	Des 22	Jan 23	Feb 23	Mar 23	Apr 23	Mei 23	Juni 23	Juli 23	Agst 23
1.	Melakukan Observasi										
2.	Pengerjaan Bab 1-3										
3.	Perbaikan										
4.	Bimbingan										
5.	Pengajuan Sidang										
6.	Penyusunan Laporan Penelitian Bab 3										
7.	Bimbingan										
8.	Penyusunan Laporan Penelitian Bab 4-5										
9.	Bimbingan										
10.	Pengajuan Sidang										

Gambar 1.2 :Jadwal Penelitian

Sumber : Peneliti (2023)