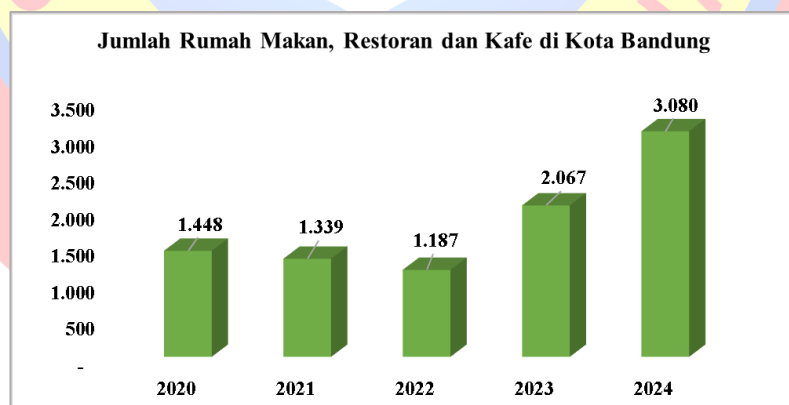


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Bandung merupakan Ibukota Provinsi Jawa Barat dengan luas wilayah sebesar 167,31 km² yang terbagi menjadi 30 kecamatan yang mencakup 151 kelurahan (BPS, 2025). Bandung terletak pada ketinggian 700 meter di atas permukaan laut, oleh karena itu terkenal dengan pemandangan alam pegunungan yang menarik dan udara yang segar serta sejuk. Selain itu, Bandung juga terkenal dengan wisata kulinernya. Menurut Open Data Kota Bandung pada 2025, jumlah tempat makan, restoran, dan kafe di Bandung meningkat dari 1.448 pada tahun 2020 menjadi 3.080 pada tahun 2024. Peningkatan tersebut menunjukkan tingginya minat pelaku usaha untuk berinvestasi di bidang kuliner, sekaligus mencerminkan meningkatnya tingkat persaingan antar pelaku usaha dalam menarik konsumen. Namun demikian, tren tersebut sempat mengalami penurunan pada tahun 2021 dan 2022 akibat dampak pandemi, sebelum kembali meningkat tajam pada tahun 2023 dan 2024 seiring pulihnya aktivitas masyarakat.



Sumber: Open Data Kota Bandung

Gambar 1. 1 Jumlah Rumah Makan, Restoran, dan Kafe di Kota Bandung Tahun 2020-2024

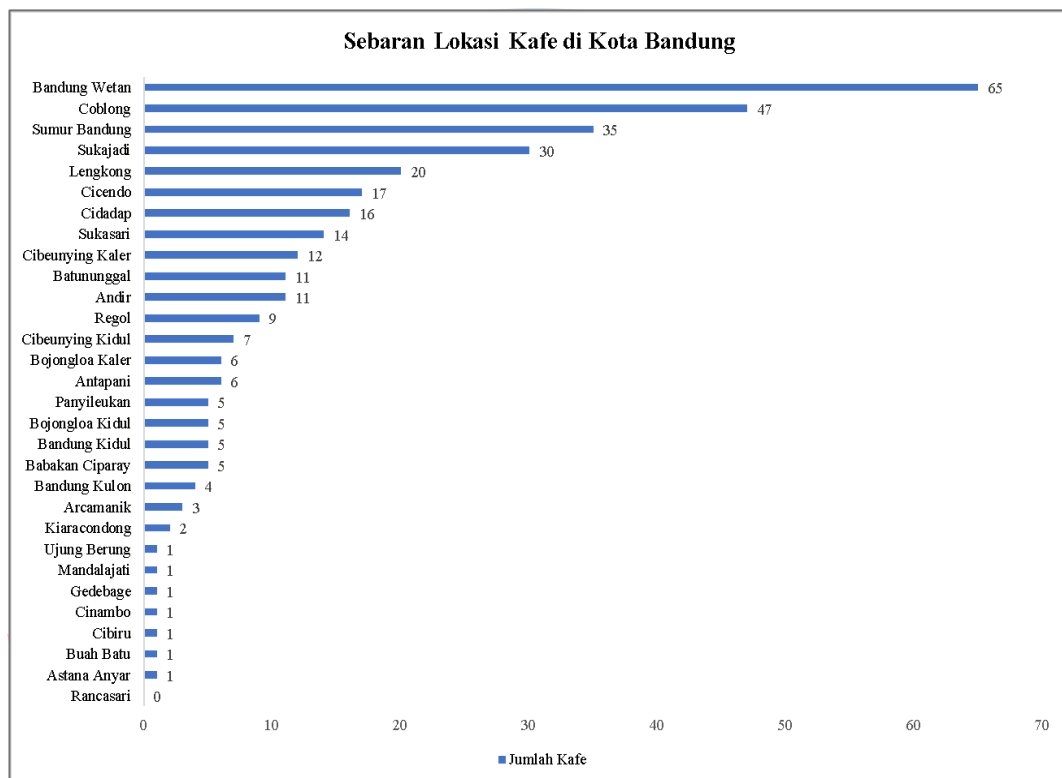
Sektor kuliner merupakan salah satu bidang usaha yang mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan di Kota Bandung. Perubahan gaya hidup masyarakat, serta tren konsumsi makanan dan minuman yang semakin beragam

mendorong banyak pelaku usaha untuk terjun ke sektor ini. Usaha kuliner bukan hanya memenuhi kebutuhan pokok manusia, melainkan sudah menjadi bagian dari hiburan dan cara hidup masyarakat saat ini. Selain itu, kemajuan teknologi dan media sosial juga memberikan pengaruh besar terhadap perkembangan industri kuliner. Di masa kini, terutama dalam industri kuliner, gaya dan tempat memainkan peran penting khususnya dalam hal pemasaran [1]. *Platform digital* seperti Instagram, TikTok, dan layanan ulasan online telah menjadi sarana promosi yang efektif bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan produk dan menarik konsumen baru. Kondisi tersebut menyebabkan sektor kuliner menjadi salah satu bidang usaha yang paling adaptif dan kompetitif, karena menuntut kreativitas, inovasi, serta pemahaman terhadap selera pasar yang terus berubah.

Dalam beberapa tahun terakhir, salah satu jenis usaha kuliner yang berkembang dengan cepat adalah usaha kafe, fenomena ini dipengaruhi bersamaan dengan bertumbuhnya budaya nongkrong di kalangan masyarakat perkotaan terutama generasi muda. Kafe adalah tempat yang menjual berbagai jenis minuman, terutama kopi, serta berbagai makanan ringan. Tempat ini sering dijadikan lokasi berkumpul yang diminati oleh berbagai kalangan masyarakat untuk berinteraksi, bekerja, atau sekadar bersantai [2]. Untuk menarik pelanggan, Setiap kafe berupaya menawarkan konsep unik mulai dari desain interior yang estetik, tema musik, hingga menu yang inovatif untuk menarik pelanggan. Semakin banyaknya pelaku usaha di bidang yang sama menyebabkan persaingan menjadi lebih ketat, agar usaha mampu mempertahankan eksistensinya sekaligus berkembang, penentuan lokasi yang tepat dan strategis perlu menjadi perhatian utama.

Kafe dipilih sebagai objek penelitian ini karena perannya yang tidak hanya sebatas tempat untuk makan dan minum, melainkan juga berfungsi sebagai "ruang ketiga" (*third place*) yaitu suatu ruang sosial di luar lingkungan rumah maupun tempat kerja yang dimanfaatkan masyarakat untuk saling berinteraksi, menyelesaikan pekerjaan, ataupun sekadar bersantai dalam suasana yang tidak formal [3]. Peran inilah yang membuat kafe menjadi salah satu bentuk usaha kuliner dengan tingkat peminat tinggi serta pertumbuhan yang berkembang pesat, sehingga persaingan di antara para pelaku usahanya pun cenderung lebih ketat dibandingkan

jenis usaha kuliner lainnya. Di samping itu, tersedianya data resmi terkait persebaran lokasi kafe di Kota Bandung (Gambar 1.2) turut menjadi faktor pendukung agar penelitian ini dapat dilaksanakan secara terukur dengan basis data yang memadai. Atas dasar pertimbangan-pertimbangan tersebut, kafe dinilai sebagai objek yang tepat dan representatif untuk mengkaji permasalahan terkait pemilihan lokasi usaha yang didasarkan pada minat konsumen.



Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, 2025

Gambar 1. 2 Sebaran Lokasi Kafe di Kota Bandung

Menurut data yang dipublikasikan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, terdapat 3.078 tempat yang menyediakan layanan makanan dan minuman. Data tersebut terdiri dari berbagai kategori usaha kuliner, seperti *restaurant* sebanyak 2.045 unit, kafe sebanyak 342 unit, *coffee shop* sebanyak 194 unit, bar sebanyak 174 unit, *bakery* sebanyak 63 unit, *caterer* sebanyak 51 unit, serta berbagai jenis usaha kuliner lainnya. Data tersebut menunjukkan bahwa kafe merupakan jenis usaha kuliner dengan jumlah terbanyak kedua setelah *restaurant*. Besarnya jumlah kafe yang tersebar di Kota Bandung menunjukkan bahwa bisnis

kafe memiliki daya tarik dan peluang pasar yang tinggi di masyarakat. Di sisi lain, kondisi tersebut juga mengindikasikan adanya persaingan yang cukup ketat antar pelaku usaha kafe dalam upaya menarik perhatian dan minat konsumen. Dengan demikian, memilih lokasi usaha adalah salah satu keputusan penting yang perlu dipertimbangkan secara matang oleh pengusaha, agar bisa menarik pelanggan dan memastikan bisnis tetap berjalan lancar di tengah persaingan pasar yang semakin sengit.

Dalam kegiatan bisnis, pemilihan lokasi menjadi salah satu faktor yang berperan penting dalam menentukan keberhasilan suatu usaha, khususnya ada sektor kuliner seperti kafe. Lokasi yang strategis umumnya berada di pusat aktivitas masyarakat, memiliki tingkat kepadatan penduduk yang tinggi, mudah diakses melalui berbagai sarana transportasi, serta didukung oleh kondisi lalu lintas yang memadai [4]. Bagi usaha kafe, lokasi tidak hanya memengaruhi kemudahan konsumen dalam menjangkau tempat usaha, tetapi juga berkaitan dengan potensi pasar, tingkat kenyamanan pelanggan, serta kemampuan usaha dalam bersaing dengan kompetitor di sekitarnya. Oleh karena itu, penentuan lokasi usaha yang tepat dan strategis menjadi salah satu faktor yang dapat mendukung pertumbuhan serta keberlanjutan bisnis di masa mendatang. Sebaliknya, pemilihan lokasi yang kurang sesuai berpotensi menghambat perkembangan usaha, mengurangi daya saing, serta menyulitkan pelaku usaha dalam menarik dan memperoleh konsumen [5].

Selain itu, preferensi dan minat konsumen terhadap suatu lokasi juga menjadi hal yang perlu diperhatikan disaat menentukan lokasi usaha kafe. Ketepatan dalam menentukan lokasi menjadi salah satu aspek penting yang perlu dipertimbangkan oleh pelaku usaha sebelum memulai bisnis. Pemilihan lokasi yang strategis dan sesuai dengan karakteristik usaha dapat berpengaruh terhadap keberhasilan bisnis. Sebaliknya, ketidaktepatan dalam memilih lokasi dapat menyebabkan kegiatan operasional perusahaan berjalan kurang efektif dan efisien [5]. Maka, diperlukan suatu pendekatan yang mampu mengidentifikasi prioritas variabel dalam penentuan lokasi kafe berdasarkan preferensi konsumen secara objektif dan terukur, sehingga dapat diperoleh rekomendasi lokasi yang optimal bagi pelaku usaha.

Sebagaimana dirangkum pada Tabel 2.2 penelitian terdahulu, penerapan metode TOPSIS dalam pengambilan keputusan pemilihan lokasi usaha sesungguhnya bukanlah hal baru. Metode ini telah banyak digunakan pada berbagai jenis objek usaha, mulai dari penentuan lokasi grosir pulsa, lokasi usaha strategis secara umum, gudang penyimpanan, depot air minum isi ulang, perumahan, hingga cabang usaha laundry dan objek wisata. Meskipun beragam, sebagian besar penelitian tersebut masih mengandalkan kriteria yang bersifat umum dan berorientasi pada aspek operasional usaha, seperti harga sewa, kemudahan akses, ketersediaan fasilitas, maupun kondisi lingkungan sekitar. Aspek minat atau preferensi konsumen sebagai dasar penyusunan kriteria penilaian belum menjadi fokus utama dalam penelitian-penelitian tersebut.

Kajian yang secara khusus membahas penentuan lokasi kafe juga telah ditemukan pada beberapa penelitian dalam Tabel 2.2, salah satunya penelitian yang memanfaatkan pendekatan data spasial yang dipadukan dengan algoritma TOPSIS untuk menentukan titik lokasi usaha kafe, serta penelitian lain yang mengombinasikan metode pembobotan *Rank Reciprocal* dengan *Multi-Attributive Border Approximation Area Comparison* (MABAC) untuk merekomendasikan lokasi kafe baru. Kedua penelitian tersebut memperlihatkan bahwa topik lokasi kafe memang sudah mulai dikaji, namun kriteria yang digunakan lebih menitikberatkan pada kondisi kewilayahan, seperti jumlah dan kepadatan penduduk serta jumlah perkantoran di sekitar lokasi, atau pada pembobotan kriteria yang bersumber dari tingkat kepentingan yang ditetapkan peneliti pengambil keputusan, bukan dari preferensi langsung calon konsumen. Selain itu, cakupan kriteria dan jumlah alternatif lokasi yang digunakan pada penelitian-penelitian terdahulu tersebut masih tergolong terbatas, serta belum ada yang mengambil studi kasus di wilayah Kota Bandung.

Kesenjangan tersebut menunjukkan bahwa masih terbuka peluang penelitian mengenai pemilihan lokasi kafe yang mengombinasikan pengukuran preferensi konsumen secara kuantitatif dengan metode pengambilan keputusan multikriteria pada cakupan wilayah yang lebih luas. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan menggunakan metode *Borda Count* untuk

mengidentifikasi dan memberikan bobot prioritas terhadap variabel yang memengaruhi minat konsumen berdasarkan data primer, yang kemudian dikombinasikan dengan metode TOPSIS untuk merekomendasikan lokasi kafe paling optimal dari 30 kecamatan di Kota Bandung.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel yang menjadi prioritas konsumen dalam memilih lokasi kafe, serta menentukan rekomendasi lokasi usaha kafe paling optimal di antara 30 kecamatan di Kota Bandung menggunakan metode TOPSIS. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi pelaku usaha dalam menentukan lokasi kafe yang strategis berdasarkan preferensi konsumen.

1.2 Perumusan Masalah

Adapun beberapa perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel apa yang diprioritaskan konsumen dalam menentukan lokasi usaha kafe di Kota Bandung ?
2. Bagaimana rekomendasi lokasi yang paling optimal untuk mendirikan usaha kafe di Kota Bandung berdasarkan hasil perhitungan metode *Technique For Order Preference By Similarity To Ideal Solution (TOPSIS)*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui variabel yang menjadi prioritas konsumen dalam menentukan lokasi usaha kafe di Kota Bandung.
2. Mengetahui rekomendasi lokasi yang paling optimal untuk mendirikan usaha kafe di Kota Bandung berdasarkan hasil perhitungan metode TOPSIS.

1.4 Pembatasan Masalah

Berikut beberapa batasan yang ditentukan agar penelitian ini lebih terarah dan berfokus:

1. Penelitian ini hanya difokuskan pada penentuan lokasi usaha kafe di wilayah administratif Kota Bandung.

2. Data yang digunakan berasal dari sumber sekunder seperti Badan Pusat Statistik dan sumber lainnya serta data primer melalui kuesioner kepada responden.
3. Hasil penelitian ini berupa rekomendasi lokasi terbaik, bukan implementasi langsung pendirian usaha.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca, yaitu sebagai berikut :

1. Menambah kajian ilmiah di bidang pengambilan keputusan multikriteria, khususnya penerapan metode TOPSIS dalam menentukan lokasi usaha.
2. Memberikan rekomendasi lokasi strategis bagi calon wirausaha yang ingin membuka usaha kafe di Kota Bandung.
3. Membantu pelaku usaha dalam memilih lokasi usaha yang tepat dengan cara yang objektif dan efisien berdasarkan analisis yang ilmiah.

1.6 Sistematika Penulisan

Bagian ini memuat uraian singkat mengenai sistematika penulisan tugas akhir, mulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Penyajian sistematika penulisan ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum sehingga memudahkan pembaca dalam memahami isi tugas akhir. Secara keseluruhan, penyusunan tugas akhir ini terdiri atas 6 bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan yang menjadi dasar pelaksanaan penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan teori-teori yang mendukung penelitian, meliputi minat konsumen, lokasi usaha, kafe, metode *Technique For Order Preference By Similarity To Ideal Solution* (TOPSIS), penelitian terdahulu, serta kerangka pemikiran yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian.

BAB III : METODELOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tahapan metodologi penelitian yang digunakan untuk mengetahui variabel yang menjadi prioritas konsumen terhadap penentuan lokasi kafe di Kota Bandung, mulai dari pengumpulan data hingga analisis hasil penelitian.

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini menguraikan proses pengumpulan dan pengolahan data yang meliputi karakteristik responden, hasil uji validitas dan reliabilitas, perhitungan bobot preferensi menggunakan metode *Borda Count*, serta pengolahan data dengan metode TOPSIS untuk memperoleh nilai preferensi setiap alternatif.

BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat hasil analisis terhadap variabel yang menjadi prioritas konsumen dalam menentukan lokasi usaha kafe. serta pembahasan rekomendasi lokasi usaha kafe di Kota Bandung berdasarkan hasil perhitungan metode TOPSIS.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian untuk menjawab rumusan masalah, serta saran yang ditujukan kepada pelaku usaha maupun peneliti selanjutnya sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan penelitian dimasa mendatang.