

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pada era persaingan bisnis yang semakin ketat ini, menanamkan persepsi positif bagi konsumen merupakan faktor yang penting dalam kesuksesan penjualan suatu usaha, maka dari itu pembisnis cafe perlu memberikan pengalaman yang berbeda bagi konsumennya guna menyentuh sisi emosional konsumen. Konsep *Experiential Marketing* yang dikemukakan (Schmitt 2008) menyatakan bahwa demi mendekati, mendapatkan dan mempertahankan konsumen loyal, produsen melalui produknya perlu menghadirkan pengalaman-pengalaman yang unik, positif harus didukung dengan kualitas pelayanan yang baik, agar pelanggan puas.

Pada saat ini industri cafe atau resto berkembang semakin modern. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya cafe yang bermunculan dikarenakan cafe sudah menjadi *lifestyle* bagi kebanyakan orang saat ini, dengan menyediakan tempat dengan desain yang menarik serta menawarkan suasana yang nyaman dan menyenangkan, seperti adanya spot foto yang disediakan. Dalam hal ini usaha harus menciptakan keunggulan bersaing serta gebrakan-gebrakan baru guna terciptanya efisiensi dan dapat memperbesar pesaing pasar.

Cafe adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasikan secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua pelanggannya untuk makan maupun minum. Selain bertujuan bisnis atau mencari untung, cafe juga membuat puas para pelanggan dan hal ini merupakan tujuan operasional cafe yang utama.

Ragam menu yang disediakan oleh cafe dengan nama yang beragam dan asing didengar sering membuat pelanggan ragu untuk menentukan pesanan, sehingga sering kali pelanggan bertanya kepada pelayan untuk menjelaskan jenis minuman dan makanan yang ada di cafe tersebut.

Cafe berasal dari bahasa Prancis yang berarti minum kopi. Namun seiring perkembangannya, cafe tidak hanya sebuah kedai yang menjual minuman kopi saja tetapi juga menjual beraneka macam makanan dan minuman. Keberadaan cafe seolah sudah menjamur dan dapat ditemui dimana-mana dengan berbagai konsep seperti cafe bergaya rumahan, bergaya klasik hingga bergaya modern. Makanan dan minuman yang ditawarkan pun beragam dari makanan ringan, makanan utama dan tentu saja berbagai macam olahan minuman yang sebagian besar bahan dasar kopi.

Situasi sektor *cafe/coffee shop* di Indonesia dapat dikenal melalui tiga karakteristik. Pertama jenis usaha *cafe/coffee shop*, yang tergantung pada jenis pelanggan tertentu, misalnya cafe yang mewah dan dikunjungi secara rutin oleh kelompok konsumen tertentu yang berpenghasilan tinggi. Kedua *cafe/coffee shop* yang dikunjungi oleh pelanggan tetap dengan interval kunjungan yang jarang

frekuensinya. Berikutnya masyarakat Indonesia tidak mengenal budaya mengunjungi *cafe/coffe shop*, sisanya hanya mengenali sedikit, sedikit tertarik namun tidak mau mengkonsumsinya. Kelompok ini merupakan kelompok yang paling sulit untuk dijamah.

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Analisis SWOT akan lebih baik dibahas dengan menggunakan table yang dibuat dalam kertas besar, sehingga dapat dianalisis dengan baik hubungan dari setiap aspek (Kotler, 2007).

Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilih berbagai hal yang yang mempengaruhi ke empat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matrik SWOT, dimana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*Strengths*) mampu mengambil keuntungan dari peluang (*Opportunities*) yang ada, bagian cara mengatasi, kelemahan (*Weaknesses*) yang mencegah keuntungan dari peluang (*Opportunities*), yang ada, selanjutnya bagian kekuatan (*Strengths*) mampu menghadapi ancaman (*Threats*) yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara menghadapi kelemahan (*Weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*Threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru (Kotler, 2007).

Dalam implementasi strategi pemasaran yang tepat menggunakan suatu alat yang tepat, salah satunya adalah analisis SWOT. Menurut Manap (2016), analisis SWOT adalah suatu model analisis untuk mengidentifikasi seberapa besar dan kecilnya kekuatan dan kelemahan perusahaan serta seberapa besar dan kecilnya peluang dan ancaman yang mungkin terjadi. Analisis SWOT sangat bermanfaat untuk implementasi strategi pemasaran, karena analisis SWOT dapat mengevaluasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dalam suatu proyek, baik yang sedang berjalan langsung maupun dalam perencanaan baru. Jika Analisis SWOT dapat dijalankan secara tepat dengan menggabungkan empat elemen tersebut kesempatan besar untuk keberhasilan suatu perusahaan yang tepat direncanakan sebelumnya dan tentunya akan berjalan dengan lancar serta lebih baik dengan hasil yang optimal dan maksimal. Analisis SWOT sangatlah berperan penting dalam suatu strategi pemasaran perusahaan. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila di terapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.

Implementasi menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) yaitu pelaksanaan / penerapan. Sedangkan pengertian umum suatu tindakan atau pelaksana rencana yang telah disusun secara cermat dan rinci. Kata implementasi berasal dari bahasa inggris “*to implement*” artinya mengimplementasikan. Tak hanya sekedar aktivitas, implementasi merupakan suatu tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang dan terperinci. Implementasi biasanya dilakukan setelah perencanaan sudah dianggap sempurna.

Strategi pemasaran adalah rencana pemasaran yang digunakan untuk memadu usaha mereka dalam mengubah spesifikasi produk yang sesuai dengan spesifikasi konsumen. Perusahaan merumuskan strategi karena adanya keinginan untuk lebih unggul dari para pesaingnya. Maka untuk mencapai tujuan itu perlukan suatu strategi yang efektif dan efisien yang berupa perencanaan yang menyeluruh yang menyangkut sumber daya perusahaan.

Saat ini, usaha cafe di ujung timur kecamatan ambulu menunjukkan perkembangan yang sangat signifikan, perkembangan ini ditandai dengan semakin banyaknya tempat tongkrongan yang bermunculan dengan aneka pilihan menu yang ditawarkan. Dengan semakin banyaknya cafe yang berdiri, maka semakin kuat pula persaingan yang dihadapi oleh setiap pengusaha cafe.

Salah satu usaha cafe yang terkenal diujung timur kecamatan ambulu adalah Dira cafe and pool ambulu. Dira cafe and pool ambulu menawarkan berbagai macam kuliner yang bermacam-macam misalnya aneka jenis kopi, aneka jus, juga dilengkapi dengan minuman-minuman lain serta makanan dan salad buah. Tidak hanya untuk santai sambil menikmati makanan dan minuman yang ada di Dira cafe and pool ambulu, tetapi juga telah menjadi tempat bagi mereka untuk membuat acara khusus seperti reuni, rapat, ulang tahun, arisan serta menghabiskan waktu bersama teman dan keluarga.

Tabel 1.1 Omset Penjualan di Dira cafe & pool ambulu selama 3 tahun

NO	Tahun	Omset
1	2016	369.000.000
2	2017	474.200.000
3	2018	643.000.000

Sumber : Dira café and pool ambulu selama 3 tahun

Dari Tabel 1.1. dapat dilihat bahwa omset penjualan Dira cafe and pool ambulu dari tahun 2016 sampai 2018 mengalami peningkatan. Peningkatan omset yang tajam terdapat pada tahun 2018. Hal tersebut menandakan bahwa dari tahun ke tahun semakin banyak masyarakat ambulu dan masyarakat daerah kecamatan-kecamatan lainnya yang mengetahui Dira cafe and pool ambulu. Tetapi meskipun tempatnya di daerah perdesaan lokasi yang dipilih Dira cafe and pool ambulu sangat strategis dan mudah dijangkau. Dira cafe and pool ambulu juga

memiliki tempat yang memberikan desain yang menarik dan unik bagi pengunjung yaitu dengan adanya desain tempat duduk di kolam renang, desain ruangan tempat duduk yang berbeda-beda bentuknya, desain tempat lesehan dan ditambahi lampu kerlap kerlip dan masih banyak lagi desain yang unik-unik agar pengunjung bisa menikmati minuman dan makanan di tempat-tempat yang unik serta ada spot foto yang menjadi peluang di cafe and pool ambulu untuk menarik pelanggannya. Namun di cafe and pool ambulu bukanlah salah satu cafe yang berada di daerah ambulu ke timur, dan masih banyak pesaingnya yang menjadi ancaman bagi di cafe and pool ambulu yaitu cafe lain. Berikut adalah daftar cafe yang berada di daerah ambulu ke timur yang saling bersaing:

Tabel 1.2 Daftar cafe yang berada di daerah ambulu ke timur

No	Nama Cafe	Daerah
1.	MP Cafe	Krajan
2.	Limo Cafe and resto	Watu kebo
3.	Cafe lestari	Watu kebo
4.	Kampoang kopi	Pontang
5.	Dira cafe and pool	Pontang

Sumber : Riset Pasar 2018

Berdasarkan table di atas terdapat 5 cafe yang saling bersaing untuk memenangkan pasar dan memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya. Berdasarkan data dan fenomena di atas penulis melakukan penelitian di di cafe and pool ambulu, dalam metode SWOT diman kekuatan dan kelemahan internal dan eksternal perusahaan terdapat persaingan diukur menggunakan IFAS dan EFAS.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan di atas maka penelitian ini di rumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana IFAS (*internal factory summary*) yang akan menjadi kekuatan dan kelemahan di cafe and pool ambulu.
2. Bagaimana mengetahui EFAS (*eksternal factory summary*) yang akan menjadi peluang dan ancaman di di cafe and pool ambulu.
3. Bagaimana strategi pemasaran melalui Analisa SWOT di di cafe and pool ambulu.

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang di telah dikemukakan, maka tujuan penelitian adalah :

- a. Untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Dira cafe and pool ambulu dan mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi oleh Dira cafe and pool ambulu.
- b. Untuk menentukan alternatif strategi pemasaran yang tepat dan sesuai untuk diterapkan oleh Dira cafe and pool ambulu.
- c. Untuk menentukan strategi pemasaran melalui Analisa SWOT di dira cafe and pool ambulu.

1.3.2 Manfaat Penelitian

- a. Bagi Penulis
Penelitian ini merupakan suatu pengetahuan dan pengalaman sekaligus digunakan sebagai perbandingan antar teori yang didapat selama perkuliahan dan penerapannya pada perusahaan secara nyata.
- b. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan sebagai referensi dan masukan bagi Dira cafe and pool ambulu untuk mengambil keputusan dalam rangka menyelesaikan permasalahan internal dan eksternal dalam rangka menentukan kebijakan.
- c. Bagi Peneliti Berikutnya
Dapat digunakan sebagai tambahan referensi bagi penelitian berikutnya yang melakukan penelitian sejenis.

1.4. Ruang Lingkup

Lokasi penelitian ini di Dira cafe and pool ambulu. Penelitian ini akan memfokuskan pada implementasi strategi pemasaran Dira cafe and pool ambulu.