

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia negara yang memiliki beragam etnis budaya dan agama dan mempunyai sejarah dan tradisi turun temurun yang erat kaitannya dengan kereligiusan dan pedoman keagamaan pada masyarakat. Budaya dan agama yang diwariskan nenek moyang memiliki berbagai macam ras, suku, bahasa dan adat yang membuat industri pariwisata berkembang. Indonesia sendiri mayoritas penduduk beragama Islam yang memiliki keunikan dan mempunyai ciri khas yaitu pada destinasi pariwisata seperti peninggalan istana terdahulu, masjid dan juga kuliner nusantara (Jaelani, 2016)

Pariwisata adalah karakteristik bagi suatu daerah untuk menjadi daya tarik investor yang akan berkunjung ke suatu daerah tersebut. Untuk menarik investor di suatu daerah perlu adanya revitalisasi pariwisata yang berpotensi dan diterima masyarakat., daripada membuat suatu konsep yang baru dan menawarkannya kepada investor untuk membangun kawasan industri (Darmono, 2015). Industri pariwisata juga salah satu penghasil devisa negara yang paling besar, negara bergantung pada industri pariwisata sebagai sumber pendapatan pajak atau pendapatan suatu daerah dari suatu perusahaan yang menjual jasa industri pariwisata. Industri pariwisata di ibu kota Jakarta banyak sekali seperti hotel, restoran, *cafe*. Jakarta merupakan Kota Metropolitan penduduknya mempunyai gaya hidup yang sibuk dan tentu membutuhkan hiburan untuk menyegarkan pikiran. Banyaknya Warga Negara Asing yang tinggal atau sekedar singgah di Jakarta.

Industri pariwisata dalam bidang kuliner yang menjadi tujuan berwisata saat ini, beragam inovasi produk yang di jual dan

juga kreatifitas tempat yang mendukung untuk menjadikan daya tarik pengunjung ke suatu usaha industri pariwisata tersebut. Banyak peluang bisnis yang dilakukan para pelaku usaha dalam bidang kuliner seperti restoran, *cafe*, *tea shop* dan *bakery*, *coffee shop*, *juice bar*, *warmino*, dan bar dengan berbagai konsep yang berbeda menjadi daya tarik sendiri untuk para wisatawan, baik mancanegara maupun lokal.

Pemenuhan kebutuhan dan keinginan ditentukan oleh tingkat kepuasan konsumen. semakin banyak orang beraktivitas di luar rumah semakin banyak pula tempat-tempat hiburan yang tersedia khususnya pada bidang *cafe* dan restoran perkembangan wisata kuliner di Jakarta sangat berkembang pesat. Saat ini manusia mempunyai perilaku konsumtif, mereka rela mengeluarkan uang untuk menjernihkan pikiran. Oleh karena itu usaha di bidang jasa tentunya harus memperhatikan juga tingkat kepuasan konsumen pada usahanya agar konsumen tidak kecewa dengan satu kali berkunjung dan tidak mau lagi untuk berkunjung ke *cafe* tersebut. Jakarta menjadi daya tarik Wisatawan mancanegara untuk menetap atau sekedar bertemu dengan rekan kerja, karena Jakarta adalah pusat bisnis menjadikan banyak restoran menjual makanan dari berbagai macam makanan di dunia. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. 1

**Jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke
DKI Jakarta tahun 2020 via Bandara Soekarno Hatta**

Bulan	Jumlah
Januari	173.453
Februari	131.032
Maret	52.631

April	417
Mei	395
Juni	909
Juli	3.119
Agustus	4.469
September	7.468
Oktober	10.492
November	14.309
Desember	21.812

Sumber: Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif 2020

Tabel 1. 2

**Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Atas Dasar Harga
Berlaku dan Konstan 2010 Menurut Lapangan Usaha
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum Tahun 2018-2020
(Miliar Rupiah)**

2018	20 220,80
2019	22 334,10
2020	20 039,02

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Timur

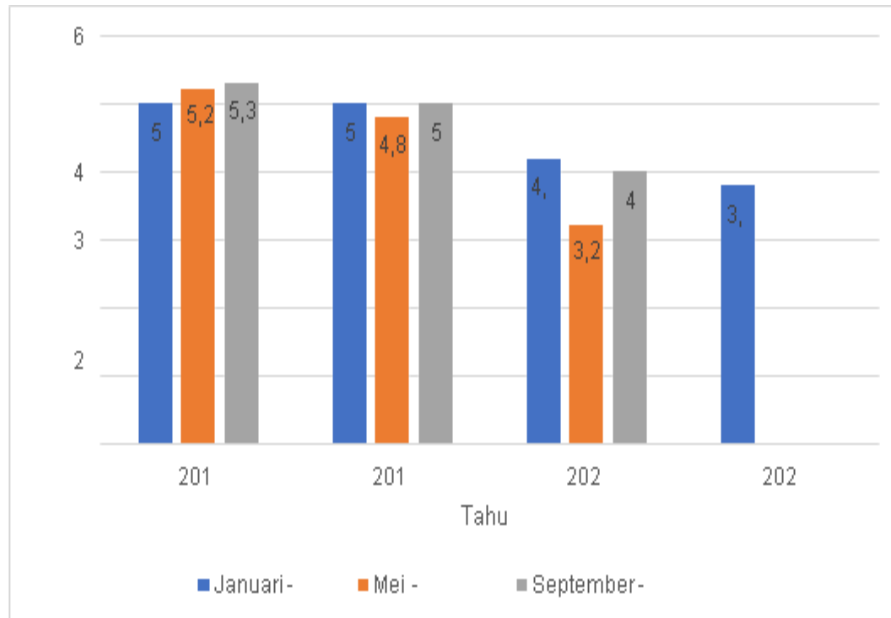
Berdasarkan tabel 1.1 dan tabel 1.2 di atas, terlihat bahwa peningkatan wisatawan mancanegara meningkat pada sebelum pandemi yaitu pada bulan Januari dan Februari 2020 dan mulai mengalami penurunan pada bulan maret karena DKI Jakarta melakukan PSBB ketat sampai bulan Juni 2020 dan pada bulan berikutnya terlihat adanya sedikit peningkatan tiap bulan nya. Industri kuliner tidak hanya di kawasan bisnis dan pusat kota Jakarta saja namun di berbagai kelurahan di Jakarta juga ada *cafe*

atau restoran yang baru memicu persaingan yang ketat bagi para pelaku usaha. Pelaku *cafe* dan resto banyak yang mengambil langkah kreatif dan inovatif agar mampu bersaing untuk mempertahankan bisnis nya. Hal ini menyebabkan para pelaku usaha harus menciptakan kepuasan pada konsumen agar konsumen percaya walaupun sedang berada di masa pandemi. Para pelaku usaha jasa makanan dan minuman khususnya restoran dan kafe membuat suasana menjadi nyaman dan *aesthetic*, menu makanan yang sudah digital, dan fasilitas pengambilan makanan yang di ambil sendiri (*self service*), dan adanya fasilitas permainan. ada beberapa *cafe* yang pernah saya kunjungi dengan berbagai nuansa dan cita rasa makanan dan minuman yang berbeda diantaranya seperti: Relung kopi, *Por Que No*, Union Jakarta, 404 *cafe*, Langit seduh kopi dan Masalalu *cafe*. Penulis tertarik ingin meneliti suatu *cafe* yang ada di daerah Duren Sawit yang cukup unik yaitu Masalalu *cafe* Duren Sawit.

Masalalu *cafe* merupakan *cafe* yang cukup terkenal di Jakarta khususnya di daerah Jakarta Timur. Masalalu *cafe* letaknya di daerah Jalan Rawa Domba, Pondok Bambu, Jakarta Timur. Awal mula Masalalu *cafe* berdiri pertama kali di Duren Sawit tepat di Jalan Rawa Domba dimana di daerah Duren Sawit pada tahun 2018 belum banyak *cafe* yang nyaman untuk bersosialisasi kepada kerabat, rekan kerja atau untuk sendiri mengerjakan tugas. Letak yang sangat strategis di tengah tangan kawasan Jakarta Timur menjadi daya tarik tersendiri bagi Masalalu *cafe*. Masalalu *cafe* mempunyai konsep yang unik jauh sekali dari pikiran orang- orang bahwa Jakarta Timur mempunyai *cafe* yang tidak kalah dengan pusat kota Jakarta, Karena kawasan Jakarta Timur adalah kawasan perumahan padat penduduk. Hal menarik dari Masalalu selain tempatnya yaitu *cafe* ini berkolaborasi dengan makanan merek Brulee, makanan ini cukup terkenal di media sosial instagram karena banyak di promosikan

selebgram dan artis. Berikut adalah data penjualan dari awal berdirinya Masalalu *cafe* di Duren Sawit:

Bagan 1. 1 Data penjualan Masalalu Cafe Duren Sawit



Sumber: Owner Masalalu *cafe*

Sumber data penjualan Masalalu *cafe* Duren Sawit dari awal buka sampai awal 2021 pada warna biru menunjukkan 4 bulan awal yaitu Januari, Februari, Maret April. Pada warna *orange* menunjukkan bulan Mei, Juni, Juli, Agustus dan pada warna abu adalah bulan September, Oktober, November, Desember. Dari tabel diatas adanya peningkatan pada awal tahun karena adanya libur bersama yang mengakibatkan pengunjung datang ke *cafe* tersebut. di tahun 2020 terjadi penurunan pada pertengahan bulan akibat PSBB DKI Jakarta dan juga semakin maraknya *coffee shop* di Jakarta Timur. Penulis sudah melakukan survey pra- penelitian dengan metode wawancara terhadap *owner* Masalalu *cafe* Duren Sawit. *Owner* Masalalu *Cafe* Duren Sawit mengatakan banyaknya *cafe* yang bermunculan di daerah sekitar sehingga Masalalu harus selalu mempertahankan kuantitas dan kualitas yang khas sehingga terciptanya kepercayaan pelanggan. Masalalu sendiri sudah menggunakan media promosi *instagram*:

@masalalucafeofficial yang mempunyai 16.200 pengikut dan juga baru merambah ke *platform* Tiktok.

Penjualan di Masalalu Duren Sawit dapat dikatakan stabil namun diperlukan peningkatan penjualan karena setelah 3 tahun berdiri terjadi penurunan pada masa pandemi. Salah satu yang dapat mempengaruhi terciptanya sebuah peningkatan penjual adalah timbulnya rasa loyalitas pada pelanggan walaupun adanya suatu hal yang tidak terduga seperti pandemi dan persaingan *cafe* yang semakin banyak dan perlu adanya aspek bauran pemasaran atau *Marketing mix*. Pemasaran adalah kumpulan suatu aktivitas yang memfokuskan dan mempunyai cara untuk selalu diingat oleh pelanggan dan membuat hubungan bersama yang saling menguntungkan kedua belah pihak (Al-Debi, H. A., & Ashraf, 2014). Menurut (et al Othman, 2018) dalam kotler dan keller 2007 dengan menerapkan sistem bauran pemasaran suatu organisasi akan mencapai tujuan penjualan dan juga keuntungan yang dicapai dengan menerapkan sistem 7P yaitu *price, product, promotion, place, process, people, dan physical evidence*.

Berdasarkan informasi yang diperoleh. Penulis memutuskan untuk melakukan penelitian di Masalalu *cafe* Duren Sawit dengan judul ”Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan di Masalalu *Cafe* Duren Sawit.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh produk dalam bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan Masalalu *cafe* Duren Sawit?
2. Bagaimana pengaruh harga dalam bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan Masalalu *cafe* Duren Sawit?
3. Bagaimana pengaruh tempat dalam bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan di Masalalu *cafe* Duren Sawit?
4. Bagaimana pengaruh promosi dalam bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan di Masalalu *cafe* Duren Sawit?
5. Bagaimana pengaruh orang (pelaku usaha, pegawai perusahaan, konsumen, konsumen lainnya dalam bidang jasa) dalam bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan di Masalalu *cafe* Duren Sawit?
6. Bagaimana pengaruh bukti fisik dalam bauran pemasaran loyalitas pelanggan di Masalalu *cafe* Duren Sawit?
7. Bagaimana pengaruh proses dalam bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan di Masalalu *cafe* Duren Sawit?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Memperoleh gambaran produk dalam bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan di Masalalu *cafe* Duren Sawit;
2. Memperoleh gambaran harga dalam bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan di Masalalu *cafe* Duren Sawit;

3. Memperoleh gambaran tempat dalam bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan di Masalalu *cafe* Duren Sawit;
4. Memperoleh gambaran promosi dalam bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan di Masalalu *cafe* Duren Sawit;
5. Memperoleh gambaran orang dalam bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan di Masalalu *cafe* Duren Sawit;
6. Memperoleh gambaran bukti fisik dalam bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan di Masalalu *cafe* Duren Sawit;
7. Memperoleh gambaran proses dalam bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan di Masalalu *cafe* Duren Sawit;

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan atau pengelola:
Memberikan informasi kepada Masalalu *cafe* mengenai faktor- faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dari segi kualitas produk
2. Bagi peneliti:
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan dan pengetahuan untuk penelitian selanjutnya.
3. Bagi peneliti lain:
Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian khususnya yang berorientasi pada kualitas produk dalam loyalitas pelanggan.