

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Rumah makan umum pertama kali ditemukan di Mesir pada 512 SM. Menu yang ditawarkan masih sebatas biji-bijian dan gandum. Selain itu, ada juga kebiasaan makan di Roma kuno. Hal itu terlihat dari bukti yang ditinggalkan Gunung Vesuvius saat meletus di dekat Nepal. Ada bukti sisa-sisa penjual makanan pinggir jalan seperti roti, keju, kacang, dan sebagainya (Walker 2011).

Menurut (Walker 2011). Restoran diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori yaitu restoran rantai atau mandiri dan waralaba, restoran cepat saji, restoran cepat saji, restoran keluarga, Makan santai dan mewah. Restoran yang dibahas dalam artikel ini adalah restoran cepat saji atau fast food restaurant. Restoran cepat saji pertama kali muncul di New York City pada tahun 1870. Restoran pertama yang menawarkan sistem ini disebut The Plate House. Menyajikan menu makan siang yang hanya membutuhkan waktu 10 menit untuk menyiapkan dan menyajikannya, restoran ini menandai lahirnya sistem restoran cepat saji atau dikenal juga dengan restoran cepat saji. Dengan perkembangan zaman dan teknologi, restoran cepat saji mengembangkan sistem mereka sehingga semakin sedikit waktu yang dibutuhkan sekarang. Para tamu menerima pesanan makanan mereka hanya dalam beberapa menit, sehingga membutuhkan waktu untuk makanan tiba.

Pertumbuhan penduduk saat ini dan perubahan gaya hidup telah Mendorong berkembangnya industri kafe dan catering di Indonesia Salah satu yang paling cepat berkembang adalah di Jawa Barat. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya pemain komersial di industri kafe dan catering yang tumbuh setiap tahunnya. Menurut Badan Pusat Statistik, jumlah kafe dan restoran yang dikembangkan di Jawa Barat sebanyak 2.714 pada tahun 2013, menurun menjadi 2.687 dari tahun 2014 hingga 2015, dan meningkat tajam pada tahun 2016 ketika jumlah kafe dan restoran di Jawa Barat mencapai 2.853 pulau jawa Sumber (Bps.go.id, 2018). Menurut data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bekasi, pada tahun

2019 terdapat sekitar 2.000 lebih restoran yang beroperasi di kota Bekasi. Namun, jumlah ini mungkin telah berubah sejak saat itu karena adanya perubahan dalam industri makanan dan pandemi COVID-19 yang mempengaruhi bisnis restoran di seluruh dunia.

Bisnis Cafe yang berkembang sering kali dikaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi. Hal ini sering dikaitkan dengan pekerja atau orang-orang yang sibuk dengan aktivitas di luar rumah, laki-laki atau perempuan yang selalu mencari sesuatu yang praktis dan cepat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satunya adalah mencari makan dan minum di luar rumah. Selain untuk memenuhi kebutuhan utama makan dan minum.

Seiring berjalannya waktu, banyak orang yang ingin membeli makan atau minuman bahkan hanya sekedar untuk kumpul bersama teman-teman di Cafe. Cafe menjadi salah satu tempat paling favorit untuk orang berkumpul terutama pada kaum milenial selain bisa digunakan sebagai tempat untuk berkumpul kadang café bisa dijadikan tempat bersosialisasi, bertukar pikiran, dan memperluas jaringan. Sedemikian rupa sehingga dapat dikatakan bahwa kebiasaan makan di luar sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern, dan meluas dari fungsi utamanya..

Makanan dan minuman yang berkualitas biasanya dinilai dari konsumen, konsumen yang sering berkunjung pasti bisa berpendapat makanan atau penyajian tersebut bisa dikatakan berkualitas atau tidak. Cafe seharusnya bisa memberikan pelayanan yang super baik kepada konsumennya, dan juga memberikan pelayanan yang berbeda dari Cafe lainnya, karena jika konsumen merasa kualitas dari Cafe kita yang terbaik dari rumah makan lainnya maka konsumen akan menjadi konsumen yang setia untuk Cafe kita.

Makanan dan minuman yang disajikan atau dihidangkan ditawarkan dari mulut ke mulut dan promosi dari berbagai cara seperti membuat spanduk, bentuk sosial media yang mempunyai penilaian dan pandangan konsumen yang berbeda-beda, bila salah satu Cafe tersebut dapat memberikan suatu yang berbeda baik dari segi pelayanan maupun kualitas makanannya maka akan menjadi penentu bagi

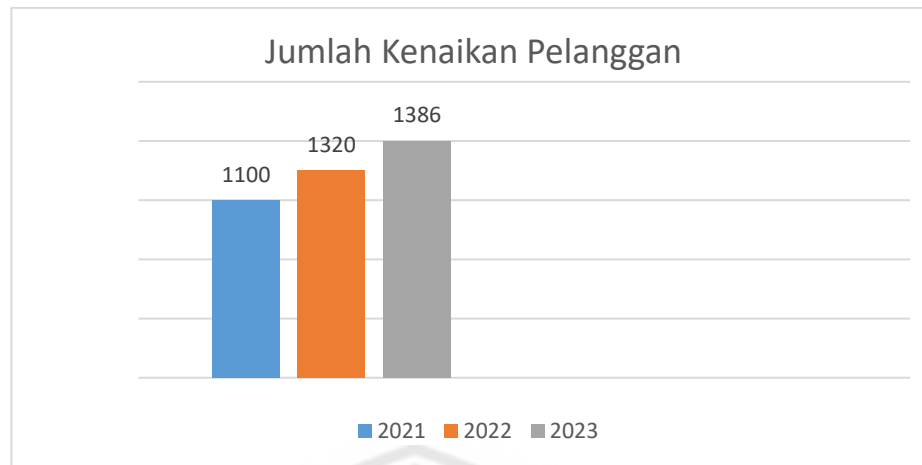
keberhasilan dari Cafe tersebut. Oleh karena itu, Cafe akan selalu berusaha untuk memberi hal yang terbaik bagi pelayanan yang dapat memuaskan para penjualan.

Restoran Kopi & Resto merupakan usaha dibidang kuliner yang berdiri pada September 2020 yang menjual berbagai makanan dan minuman yang berlokasi di GrandWisata Bekasi. Nusantara Kopi & Resto yang kurang dikenalnya dan kurang strategis lokasi dari usaha Nusantara Kopi & Resto sehingga komunikasi pemasaran menjadi ujung tombak dalam menunjang kegiatan usahanya. Nusantara Kopi & Resto tidak akan bisa sukses jika hanya menjual produk begitu saja jika tidak di dukung dengan pemasaran yang bagus, jika ini terjadi tentunya produk yang dijual bisa gagal bersaing di pasaran dengan usaha usaha yang lebih besar seperti Upnormal, Janji Jiwa, dan lain – lain yang merupakan usaha nasional yang memiliki keunggulan yang lebih.



Gambar 1.1 Profile Instagram Nusantara Kopi & Resto

Pengunjung Nusantara Kopi & Resto pada tahun 2021 sekitar 1100 yang tiap tahunnya mengalami kenaikan penjualan sekitar 20% menjadi 1320 dan pada bulan Januari sampai Maret 2023 mengalami kenaikan sekitar 5% menjadi 1386.



Gambar 1.1 Tabel Penjualan dari tahun 2021 - 2023

Restoran Nusantara Kopi & Resto ini meskipun berdirinya dimasa pandemi namun restoran ini tetap stabil bahkan mengalami peningkatan penjualan dan memiliki tempat yang strategis sebab dari itu peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran yang dilakukan Nusantara Kopi & Resto.

Oleh untuk itu, dalam bertujuan untuk meningkatkan jumlah penjualan. Bisnis harus menerapkan strategi komunikasi bauran pemasaran yang berfungsi sebagai alat untuk komunikasi internal dan eksternal, serta untuk membantu bisnis dan konsumen dalam menerapkan rencana pembelian yang sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi mereka.

Restoran ini memiliki menu minuman kopi dari berbagai daerah di Indonesia yaitu kopi Aceh, Toraja, Bali hingga Papua. Selain menyajikan kopi, Nusantara Kopi & Resto juga menyajikan makanan tradisional Indonesia yang disajikan dengan presentasi yang menarik. Beberapa makanan yang ditawarkan seperti nasi uduk, sate, rendang, soto, dan masih banyak lagi selain itu Restoran ini sering kali mengadakan promo *daily* (Promo setiap hari).

Selain itu pengunjung juga bisa menikmati hidangan yang tersedia dengan *view* hiasan dinding serta foto-foto yang menceritakan sejarah Nusantara Kopi & Resto dari masa ke masa. Nusantara Kopi & Resto yang terletak di GrandWisata Bekasi terbilang cukup murah untuk kantong milenial.

Nusantara Kopi & Resto Merupakan salah satu *cafe* yang sudah berdiri sejak lama, hingga kini ramai dikunjungi masyarakat, mulai dari anak muda hingga orang yang sudah bekerja dan berkeluarga. Hal ini didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat saat ini yang memilih restoran sebagai tempat untuk mengadakan pertemuan, berdiskusi, menyelesaikan tugas dan lainnya.

Sebagai salah satu Restoran Nusantara Kopi & Resto terkemuka yang menghadirkan masakan Nusantara dengan ciri khas dan lezat, yang didukung dengan pelayanan maksimal. Pelayanan yang diberikan oleh resto antara lain, penerima tamu yang ramah, ruang yang diberikan nyaman, dan pelayanan yang diberikan oleh kasir pada saat pembayaran. Pelayanan tersebut menjadi faktor penting dalam mempengaruhi peningkatan penjualan dan keberhasilan bisnis.

Dalam upaya meningkatkan keberhasilan bisnis Nusantara Kopi & Resto berusaha meningkatkan pelayanan yang lebih baik seperti memberikan suasana yang nyaman, waktu tunggu yang minimal, dan pelayanan sesudah makan dari ketiga inilah yang menjadi faktor dalam keberhasilan Nusantara Kopi & Resto.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas pelayanan Nusantara Kopi & Resto terbilang cukup *Inconsistent* maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Komunikasi Pemasaran Restoran Nusantara Kopi & Resto Dalam Meningkatkan Jumlah Pembeli”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan melihat fenomena dari latar belakang masalah, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana cara Restoran Nusantara Kopi & Resto dalam meningkatkan pelayanan yang berkualitas agar meningkatkan jumlah pembeli?
2. Bagaimana Restoran Nusantara Kopi & Resto melakukan strategi pemasaran dalam menarik pembeli?
3. Apakah dengan melakukan analisis SWOT pada Nusantara Kopi & Resto dapat meningkatkan jumlah pembeli?

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana analisis SWOT pada Nusantara Kopi & Resto dalam meningkatkan jumlah pembeli?
2. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran Nusantara Kopi & Resto dalam meningkatkan jumlah pembeli?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui :

1. Untuk mengidentifikasi Nusantara Kopi & Resto melalui Analisis SWOT dalam meningkatkan jumlah pembeli.
2. Untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Nusantara Kopi & Resto dalam meningkatkan jumlah pembeli.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini harus dapat menunjukkan bagaimana meningkatkan jumlah pembeli dengan menggunakan strategi komunikasi yang sedang diterapkan oleh Nusantara Kopi & Resto.

1.5.2 Manfaat Praktis

Peneliti mengantisipasi bahwa latar belakang masalah yang disebutkan di atas akan dapat memberikan informasi kepada perusahaan yang saat ini menjalankan program yang dimaksud. Alhasil, untuk mencapai tujuan tersebut, Nusantara Kopi & Resto dapat meningkatkan jumlah pembeli dengan menggunakan strategi komunikasi yang sesuai dengan harapan.