

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis dalam dunia kuliner saat ini sangat berkembang pesat, salah satu faktor yang mendukung kemajuan dalam bidang kuliner adalah banyak saat ini berkembangnya cafe-cafe baru khususnya di sekitar kota Surabaya. Cafe berasal dari bahasa Perancis (*café*) yang artinya yaitu coffee, yang berarti kopi (Oldenburg, 1989: 126). Di Indonesia, kata *café* kemudian disederhanakan kembali menjadi kafe (Herlyana, 2012) pengertian harafiahnya mengacu pada (minuman) kopi, yang kemudian dikenal sebagai tempat menikmati kopi dengan berbagai jenis minuman non-alkohol lainnya seperti soft drink berikut sajian makanan ringan lainnya.

Cafe atau Kafe ialah sebuah restaurant yang pada mulanya hanya menyediakan tempat untuk minum kopi dan teh secara cepat, tetapi karena perkembangan dan kebutuhan pelanggan yang sangat kompleks dan tidak ada habisnya, sehingga perkembangan coffee shop seperti sekarang ini.

Tabel 1.1 Perkembangan Restaurant, Bar, Cafe yang sudah didaftarkan pada TDUP (Tanda Daftar Usaha Pariwisata) Surabaya.

Th 2014	Th 2015	Th 2016	Th 2017	Th 2018
383	713	790	1083	1341

(Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur)

Bisnis cafe saat ini sangat di minati oleh orang-orang tentunya seiring dengan berkembangnya zaman dan perubahan gaya hidup di masyarakat. tentunya dalam berbisnis cafe ini memerlukan strategi pemasaran dan strategi bersaing untuk mengembangkan dan mempertahankan usaha cafe tersebut. Hal ini dapat dilihat dari jumlah cafe yang terus bertambah, baik dalam skala kecil maupun skala besar. Bahkan seringkali dijumpai di satu area terdapat sederet cafe yang sedang bersaing memperebutkan pelanggan, cara merebut serta mendapatkan customer juga termasuk didalam Manajemen Strategi.

Menurut (Pasaribu, 2015).Manajemen strategi yaitu strategi untuk mengambil keputusan. Sedangkan strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan oleh unit bisnis untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran juga menetapkan suatu target pasar dan suatu bauran pemasaran terkait. Hal ini merupakan suatu gambaran besar dari apa yang perusahaan akan lakukan dalam beberapa pasar

Dengan situasi persaingan bisnis, khususnya bisnis kuliner seperti cafe yang sedang marak ini, pemilik atau pihak pengelola usaha tidak bisa mengandalkan untuk hanya sekedar menjual barang atau jasa, tetapi juga harus mempunyai kemampuan untuk memasarkan usahanya, seperti memaksimalkan penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter agar jumlah konsumen tidak menurun, tetapi semakin meningkat.

Salah satu bisnis cafe yang ada di Surabaya yaitu Cafe Belly Buddy. Belly buddy berdiri di Surabaya daerah Ngagel, kecamatan Wonokromo. Belly buddy yaitu Cafe yang berada di rooftop ruko-ruko, tempatnya luas, ada area indoor dan semi outdoor. Cocok buat nongkrong setelah office hours sampai malam.

Bisnis Cafe Belly buddy ini memiliki peluang untung berkembang lebih besar lagi karena pada saat ini perubahan gaya hidup masyarakat yang banyak pergi makan dan minum ke cafe sekaligus untuk menghilangkan suntuk dari rutinitas pekerjaan. Cafe digemari oleh anak-anak remaja maupun orang dewasa. Cafe Belly Buddy ini juga memiliki keunggulan menyediakan minuman dan makanan yang enak dan pada saat malam hari bakal semakin dengan adanya acara live music agar pengunjung nyaman dalam menikmati cafe tersebut.

Cafe Belly Buddy sendiri berdiri sejak tahun 2017, dimana pada tahun itu persaingan bisnis kuliner di Surabaya sudah mulai marak, banyak kompetitor baru, hingga kompetitor yang sudah berdiri lebih dulu, meskipun banyak bermunculan pesaing – pesaing baru, Cafe Belly Buddy masih tetap eksis dalam kondisi persaingan antar cafe yang menyediakan Food and Drink saat ini.

Cafe Belly Buddy memiliki harapan agar jumlah konsumen baik yang Dine-in maupun Take Away tidak semakin menurun, tetapi mengalami penambahan dalam penjualan sehingga dapat meningkatkan laba usaha cafenya.

Tabel 1.2

Daftar Web (www.)	Judul Artikel	Isi
Pergikuliner.com	Belly Buddy (Cafe)	Ulasan konsumen tentang Cafe Belly Buddy
Inspirasipagi.id	Belly Buddy Eatery, Cafe Instagramable di Surabaya	Gambaran umum cafe dan sedikit ulasan tentang menu
Tripadvisor.co.id	Belly Buddy Surabaya	Ulasan konsumen tentang Cafe Belly Buddy
Brisik.id	Cafe Rooftop dengan desain milenial	Ulasan penulis tentang lokasi, jam operasional, menu dan sarana prasarana
Surabaya.tribunnews.com	Sensasi Belly Buddy Pub and Eatery, Segarnya Seruput Banyu Got dan Nikmatnya Bebek Ados Kali	Ulasan penulis tentang lokasi, jam operasional, menu dan sarana prasarana
Keluyuran.com	10 Café Rooftop di Surabaya dengan Pemandangan yang Memukau	Beberapa destinasi cafe rooftop terbaik di Surabaya

Tabel diatas adalah beberapa situs nasional yang telah memberikan ulasanya tentang Cafe Belly Buddy, peneliti tertarik meneliti Cafe Belly Buddy karena banyaknya antusias konsumen yang selalu update terhadap

hal – hal digital seperti ulasan platform digital baik situs diatas, maupun sosial media lainnya.

Freddy, Rangkuti (2009:207) Volume Penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter.

Agar perusahaan tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain yang mengeluarkan produk substitusi , maka manajemen perusahaan harus mampu mengolah perusahaannya dengan baik. Supaya konsumen atau pelanggan yang ada tidak beralih kepada perusahaan lain. Untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan yaitu dengan mengolah strategi pemasaran dengan baik. Dari pengamatan yang dilakukan bahwa produk masih belum dapat bersaing dan dari sisi promosi belum optimal, tetapi tingkat volume penjualan semakin meningkat.

Dalam menentukan tempat usaha, dituntut dapat melakukan analisis yang menguntungkan kegiatan bisnisnya. Analisis SWOT dapat membantu tempat usaha untuk menganalisis bagaimana strategi bisnisnya harus dijalankan.

Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan (strengths) dan kelemahan-kelemahan (weakness) suatu lembaga atau organisasi dan kesempatan- kesempatan (opportunities) serta ancaman-ancaman(threats) dari lingkungan bisnis..

Berikut ini disajikan data penjualan Cafe Belly Buddy selama tahun 2020

Tabel 1.2

No.	Bulan (2020)	Penjualan (item)		
		Makanan	Minuman	Total
1	Januari	1.482	2.821	4.303
2	Februari	1.397	2.801	4.198
3	Maret	948	1.858	2.806
4	April	(PSBB)	(PSBB)	(PSBB)
5	Mei	(PSBB)	(PSBB)	(PSBB)
6	Juni	1.149	1.963	3.112
7	Juli	1.337	2.129	3.466
8	Agustus	1.530	2.411	3.941
9	September	1.578	2.634	4.212
10	Oktober	1.429	2.697	4.126
11	November	1.764	2.833	4.597
12	Desember	1.955	2.996	4.951
TOTAL		14.569	25.143	39.712

Sumber: Diah Rian, Manajer Belly Buddy

Berdasarkan data pada tahun 2020 diatas, dapat disimpulkan bahwa tahun 2020 Cafe Belly Buddy mengalami pergerakan Fluktuatif, dimana tingkat penjualan produk tidak stabil, serta tingkat penjualan pada tahun 2020 mengalami penurunan akibat dampak dari penyebaran COVID-19

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik melakukan suatu penelitian dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA CAFE BELLY BUDDY NGANGEL GUBENG SURABAYA”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

“Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan pada Cafe Belly Buddy Ngagel, Gubeng Surabaya?”

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisis strategi *Pemasaran* yang dilakukan Cafe Belly Buddy dalam meningkatkan Volume Penjualan

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya khususnya pada program Studi Administrasi Bisnis yang berkaitan dengan strategi *pemasaran* serta dapat memberikan sumbangan kepada perpustakaan yang merupakan sumber informasi tambahan untuk penelitian berikutnya.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan Cafe Belly Buddy untuk mengidentifikasi kelemahan kelemahan Pemasaran Sehingga dapat membatu Cafe Belly Buddy untuk mengambil keputusan mengenai tindakan korektif yang perlu diambil sehingga dapat meningkatkan volume penjualan pada Cafe Belly Buddy di tengah persaingan usaha Cafe dan Restoran di surabaya, baik dari pesaing lama maupun pesaing-pesaing baru.