

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis yang semakin maju telah mendorong peningkatan tingkat daya saing di berbagai sektor bisnis. Kondisi persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat menuntut setiap pemilik usaha mampu bersaing. Persaingan yang semakin ketat dalam berbagai sektor bisnis didasari karena banyaknya perusahaan yang berlomba - lomba memperebutkan konsumen. Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat ini, pengusaha harus dapat memilih strategi yang tepat untuk mampu bersaing, yaitu dalam hal memenuhi keinginan konsumen yang bervariasi dan selalu berubah (Rocha & Neto, 2022).

Berbagai sektor bisnis di Indonesia berkembang pesat sejalan dengan perkembangan bisnis yang semakin maju, terutama pada subsektor kuliner. Menurut data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Kemenparekraf), subsektor kuliner menyumbang Rp 455,44 triliun atau sekitar 41 persen dari total PDB ekonomi kreatif sebesar Rp 1.134 triliun pada tahun 2020. Jumlah tersebut menjadikan subsektor kuliner merupakan penyumbang terbesar dari Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif dibandingkan dengan 17 subsektor lain di Kemenparekraf RI.

Perkembangan di subsektor kuliner ini disebabkan oleh banyak faktor salah satunya adalah tingkat ekonomi masyarakat Indonesia yang semakin membaik sehingga mendorong seseorang untuk membuka peluang usaha baru. Dalam kondisi persaingan di subsektor kuliner ini, setiap pelaku usaha harus

mampu menciptakan dan mempertahankan produk dan layanan yang dibutuhkan pelanggan agar dapat memiliki daya saing. Para pelaku usaha harus mampu mengetahui secara dini apa yang menjadi kebutuhan dan harapan pelanggan saat ini maupun di masa yang akan datang (Purba, 2021).

Perkembangan bisnis di subsektor kuliner pada saat ini, usaha atau bisnis yang dijalankan tidak lagi terfokus pada mencari keuntungan atau laba semata. Para pelaku usaha juga harus mengetahui dan mempersiapkan apa yang diinginkan atau dibutuhkan oleh konsumen. Di kota-kota besar di Indonesia, terdapat banyak sekali didirikan bisnis kuliner, salah satunya di kota Sidoarjo. Bisnis kafe merupakan bisnis kuliner yang sedang marak didirikan di kota Sidoarjo. Dalam situasi ini, pelaku bisnis kafe harus kreatif, inovatif dan mempunyai ciri khas yang akan membedakan bisnisnya dari para pesaing.

Kota Sidoarjo, semakin banyaknya bisnis kafe, dimana banyak bermunculan kafe-kafe baru dengan memberikan berbagai macam keunggulan mulai dari menu makanan, tampilan kafe yang unik, hingga pelayanan yang ditawarkan. Sejalan dengan itu, agar sebuah kafe dapat bersaing dengan kompetitornya, suatu bisnis kafe harus memiliki tema dan konsep yang unik. Kafe tematik (*themed café*) merupakan salah satu inovasi yang menjadikan keunikan bagi suatu kafe. Dalam upaya untuk menarik pengunjung, dalam beberapa tahun terakhir mulai banyak bisnis kafe di kota Sidoarjo yang menerapkan konsep dan tema tertentu, khususnya pada bisnis kafe di wilayah Kavling DPR Sidoarjo yang merupakan salah satu kawasan bisnis kafe di kota Sidoarjo dan dianggap memiliki lokasi strategis dan nyaman.

Tabel 1.1 Kafe di Jalan Kavling DPR Sidoarjo yang menerapkan tema dan konsep

No	Nama Kafe	Konsep
1	<i>Istoria Cafe</i>	Yunani / Santorini
2	Eterno Social Space	Modern minimalis
3	<i>Storas Project</i>	Modern minimalis
4	<i>Moedi Official</i>	Modern minimalis
5	<i>Defins Art Cafe</i>	<i>Art</i>
6	Sehari Sekopi	<i>Modern tropical</i>
7	<i>Tye Coffee House</i>	<i>Modern tropical</i>
8	<i>Rest Korean Garden Coffee and Eats Sidoarjo</i>	<i>Korean garden</i>
9	Opusexamino	<i>Modern tropical</i>
10	<i>White List Cafe</i>	Modern
11	Kopi Sowan	Modern
12	<i>Yoi Cafe</i>	Modern
13	<i>Fortis Coffee</i>	Modern
14	<i>Three Brothers Billiard</i>	<i>Billiard Cafe</i>
15	Excecutive Sidoarjo	Modern
16	<i>Ampm Reborn</i>	<i>Live music cafe</i>
17	<i>The Hidden Castle</i>	<i>Live music cafe</i>
18	Uwa Kopi	<i>Modern tropical</i>
19	Momentum Kopi	<i>Modern tropical</i>
20	Vlog Kopi	Modern
21	Rep Sidoarjo	Modern
22	<i>Merci Cafe</i>	<i>Modern tropical</i>
23	<i>Play Go Cafe</i>	Modern
24	Ekopilogi	<i>Tropical</i>
25	<i>Ame Coffee</i>	<i>Modern tropical</i>
26	<i>Kefi Coffee</i>	Modern
27	<i>Arunda Coffee and Society</i>	Modern
28	<i>Take Tama Coffee Bar</i>	<i>Japanese</i>
29	Pesen Kopi Plus	Modern
30	Mora	Modern
31	Kisah Kita Ngopi	Modern
32	Labuda Sidoarjo	Modern
33	Kanca Sidoarjo	Industrial
34	<i>Vox Populi Coffee</i>	Modern

Lanjutan Tabel 1.1

35	Hadspace	Modern tropical
36	Clay Resto <i>and Cafe</i>	Resto dan <i>cafe</i>
37	<i>Wonderland Looji Cafe</i>	<i>Playground cafe</i>
38	Kopi Lain Hati dan Omy	<i>Café</i> dan resto
39	<i>Chava Cafe</i>	Gelato dan <i>pool cafe</i>
40	<i>Dhimitrie Cafe</i>	Modern
41	<i>Little a Cafe</i>	Modern
42	<i>Semesta Cafe</i>	Modern
43	Piezo Kopi Sidoarjo	Modern dan gym
44	<i>Skugga House</i>	Retro

Sumber : Survey peneliti (2023)

Konsep kafe dengan konsep *Korean garden* menjadi satu hal yang menarik perhatian penulis untuk diteliti lebih lanjut sejalan dengan maraknya tren budaya Korea yang disukai oleh masyarakat Indonesia dari budaya *fashion*, kecantikan, hiburan, hingga makanan. Fenomena tersebut disebabkan oleh fenomena *Korean wave*. *Korean wave* merupakan tersebarnya berbagai kebudayaan populer Korea seperti *fashion*, kecantikan, makanan, hiburan, dan kebudayaan tradisional dan mampu memberikan pengaruhnya terhadap negara-negara lain.

Budaya Korea masuk melalui serial drama Korea dan musik (K-Pop) yang merupakan bentuk hiburan yang populer di Indonesia. Kedua faktor ini memiliki dampak paling besar dalam penyebaran budaya Korea ke seluruh Indonesia dan menarik minat terhadap berbagai aspek Korea, termasuk dalam bidang kuliner. Popularitas makanan dari negeri ginseng ini juga semakin meluas berkat drama dan *variety show* Korea, yang sering menampilkan para bintang dan aktris yang mengonsumsi masakan Korea.

Melalui tersebarnya budaya korea tersebut pada saat ini bisa dilihat di Indonesia banyak bertebaran restoran dan juga kafe yang menjual dan menyediakan makanan dan minuman Korea. Hal ini bertujuan agar masyarakat Indonesia yang sering menonton hiburan Korea dapat merasakan cita - rasa masakan yang sering mereka lihat di drama Korea. Jika dilihat dari tren budaya Korea yang masuk di Indonesia saat ini, maka kafe dengan tema *Korean Garden* menjadi satu hal yang menarik untuk diteliti di tengah banyaknya bisnis kafe yang telah menerapkan konsep dan tema tertentu (*themed cafe*) di Indonesia, khususnya di kota Sidoarjo.

Kafe dengan tema *Korean garden* juga mengusung konsep taman atau *garden* yang memiliki suasana nyaman dan tenang di tengah kota yang mengutamakan tanaman sebagai lanskap utama baik di interior maupun di luar ruangan sehingga tepat dijadikan tempat bersantai. Konsep kafe tersebut sejalan dengan perilaku pengunjung kafe yang dapat dilihat bahwa pengunjung tidak hanya ingin menikmati menu makanan saja, fenomena yang terjadi pada pengunjung kafe yaitu masyarakat lebih banyak menghabiskan waktu untuk bersantai, hingga bertemu dengan rekan bisnisnya (Ayuningtyas et al., 2022).

Berdasarkan pemaparan di atas, *Rest Korean Garden Coffee and Eats* Sidoarjo dipilih sebagai objek penelitian yang cocok dengan topik yang diangkat. *Rest Korean Garden Coffee and Eats* Sidoarjo merupakan kafe yang terletak di Jalan Kavling DPR IV No. 99, Nggrekmas, Pagerwojo, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Kafe ini mengusung tagline

“Tempat Istirahat, Ngopi, dan Makan” dengan memiliki konsep *Korean garden* yang cukup kuat.

Gambar 1.1 *Exterior Garden Rest Korean Garden Coffee and Eats Sidoarjo*



Sumber : instagram @restcafe.id (2023)

Konsep *garden* atau taman pada *exterior* kafe terdapat pada tiap sudut *exterior* kafe untuk menciptakan suasana sejuk dan nyaman di tengah kota. Disediakan juga kursi dan meja untuk tempat bersantai bagi pengunjung.

Gambar 1.2 *Interior Design Rest Korean Garden Coffee and Eats Sidoarjo*



Sumber : instagram @restcafe.id (2023)

Pada desain *interior* kafe didominasi oleh beragam pernik dan *furniture* dengan tema *garden* pada langit – langit ruangan untuk menambah kesan nyaman bagi pengunjung. Ruangan interior memiliki ruang yang cukup luas dan memiliki kursi dan meja yang nyaman, ditambah dengan pendingin ruangan di setiap sudut ruangan yang cocok digunakan untuk berkumpul dan bersantai dengan teman dan keluarga.

Gambar 1.3 Exterior Design Rest Korean Garden Coffee and Eats Sidoarjo



Sumber : instagram @restcafe.id (2023)

Bangunan pada *exterior* kafe didominasi oleh bangunan berwarna putih bergaya Korea dengan ornamen huruf *hangul* untuk menambah kesan kafe berkonsep *Korean* serta terdapat tanaman yang mengelilingi seperti taman atau *garden*.

Tabel 1.2 Data Jumlah Pengunjung *Rest Korean Garden Coffee and Eats* Sidoarjo Oktober 2022 – September 2023

Bulan (Tahun)	Jumlah Pelanggan
Oktober 2022	1050
November 2022	1085
Desember 2022	1200
Januari 2023	1150
Februari 2023	1125
Maret 2023	975
April 2023	1025
Mei 2023	1100
Juni 2023	1280
Juli 2023	1325
Agustus 2023	1385
September 2023	1150
Total	13.850

Sejalan dengan mulai banyaknya bisnis kafe di kota Sidoarjo yang menerapkan konsep dan tema tertentu, kafe *Rest Korean Garden Coffee and Eats* Sidoarjo mengalami fluktuasi jumlah pelanggan dari bulan Oktober 2022 – September 2023. Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa terjadi fluktuasi pelanggan dari bulan Oktober 2022 – September 2023. Pada bulan Januari 2023 – Maret 2023 jumlah pelanggan kafe mengalami penurunan. Terjadi kenaikan pelanggan terbesar pada bulan Agustus 2023 sebesar 1385 pelanggan, sedangkan jumlah pelanggan terendah terjadi pada bulan Maret 2023 sebesar 975 pelanggan.

Minat kunjungan konsumen tidak dapat dilihat dari sudut pandang kafe tetapi harus dipandang dari sudut penilaian pengunjung. Berdasarkan *Theory*

of Planned Behavior menjelaskan bahwa minat berkunjung ulang konsumen akan sejalan dengan adanya kualitas pelayanan. Di sisi lain, *store atmosphere* dan kualitas makanan juga memiliki peran penting dalam meningkatkan minat berkunjung ulang konsumen. Dalam bisnis kafe, suasana kafe atau *store atmosphere* merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha (Fitriani & Nurdin, 2020). Suasana yang nyaman menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen sebelum mengunjungi suatu tempat.

Kualitas makanan (*food quality*) sangat penting dan selalu menjadi pertimbangan utama bagi konsumen saat memilih restoran atau kafe. Pengunjung suatu restoran atau kafe membutuhkan makanan dan minuman berkualitas tinggi untuk memenuhi kebutuhan mereka (Chun & Nyam-Ochir, 2020). Bisnis kafe bertema *Korean garden* juga harus mempunyai kualitas pelayanan (*service quality*) yang baik agar dapat berkembang dan bersaing dalam lingkungan bisnis dan memperoleh kepercayaan pelanggan. Dengan kepercayaan dari pelanggan tersebut akan menarik pelanggan untuk berkunjung kembali.

Menurut penelitian Ridwan & Nurdin (2020) yang berjudul "*The Effect Of Store Atmosphere On Re-Visit Breaktime Interest In Bima City.*" menunjukkan bahwa variabel *store atmosphere* berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen *Break Time* Kota Bima. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $>$ t tabel yakni $3,725 < 1,985$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Namun pada penelitian Yasin & Asnur (2021) yang berjudul "*Pengaruh Store Atmosphere dan Service Quality Terhadap Revisit Intention Konsumen*

Pada Muaro Terrace Grand Inna Padang” menunjukkan bahwa variabel *store atmosphere* dan *service quality* berpengaruh terhadap variabel *revisit intention* sebanyak 29,5% sedangkan 70,5% ditentukan oleh faktor lain.

Penelitian menurut Taqwim et al. (2021) yang berjudul “*The Effect of Cafe Atmosphere and Food Quality on Revisit Intention with Customer Satisfaction as a Mediating Variable at Cafe in Medan City.*” menunjukkan pengaruh positif dan signifikan antara *cafe atmosphere* dan kualitas makanan terhadap niat kunjungan kembali melalui kepuasan pelanggan. Demikian juga dengan penelitian Siswandi & Marchyta (2022) yang berjudul “*Pengaruh Food Quality Dan Service Quality Terhadap Revisit Intention Melalui Customer Satisfaction Di Gudeg Ceker Margoyudan Solo*” yang menunjukkan bahwa *food quality* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* melalui *customer satisfaction*, *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* melalui *customer satisfaction*, dan *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*.

Pada penelitian Lee & Christiarini (2021) yang berjudul “*Analysis of Service Quality, Food Quality, Atmosphere Against Revisit Intention and Positive Word of Mouth at Casual Dining Restaurant in Batam City*” menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun penelitian ini juga menunjukkan bahwa *store atmosphere* tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan tidak signifikan terhadap minat berkunjung kembali (*revisit intention*).

Dari beberapa penelitian terdahulu tersebut terdapat perbedaan pendapat mengenai hasil penelitian, oleh karena itu penelitian mengenai *store atmosphere*, *food quality* dan *service quality* terhadap *revisit intention* perlu dilakukan kembali. Penelitian terdahulu juga mayoritas menggunakan objek kajian tempat kafe secara umum, bukan pada kafe tematik (*themed café*) tertentu. Oleh karena itu, elaborasi dan eksplorasi untuk objek kajian lainnya sangat diperlukan. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini fokus pada pengaruh *store atmosphere*, *food quality*, dan *service quality* terhadap *revisit intention* pada pelanggan *Korean garden thematic café*. Tujuan penelitian ini antara lain mengeksplorasi pengaruh *store atmosphere*, *food quality*, dan *service quality* terhadap *revisit intention* pada pelanggan *Korean garden thematic café* dengan studi kasus pada salah satu kafe bertema *Korean garden* di kota Sidoarjo, yaitu *Rest Korean Garden Coffee & Eats* Sidoarjo.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategi yang relevan bagi pemilik usaha kafe bertema *Korean garden* dalam hal *store atmosphere*, *food quality*, dan *service quality* untuk memaksimalkan *revisit intention* pada pelanggan di tengah banyaknya kafe yang mulai menerapkan konsep kafe tematik (*themed cafe*).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh secara simultan *store atmosphere*, *food quality*, dan *service quality* terhadap *revisit intention* pada pelanggan *Rest Korean Garden Coffee and Eats* Sidoarjo?
2. Bagaimana pengaruh secara parsial *store atmosphere* terhadap *revisit intention* pada pelanggan *Rest Korean Garden Coffee and Eats* Sidoarjo?
3. Bagaimana pengaruh secara parsial *food quality* terhadap *revisit intention* pada pelanggan *Rest Korean Garden Coffee and Eats* Sidoarjo?
4. Bagaimana pengaruh secara parsial *service quality* terhadap *revisit intention* pada pelanggan *Rest Korean Garden Coffee and Eats* Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan *store atmosphere*, *food quality*, dan *service quality* terhadap *revisit intention* pada pelanggan *Rest Korean Garden Coffee and Eats* Sidoarjo.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial *store atmosphere* terhadap *revisit intention* pada pelanggan *Rest Korean Garden Coffee and Eats* Sidoarjo.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial *food quality* terhadap *revisit intention* pada pelanggan *Rest Korean Garden Coffee and Eats* Sidoarjo.

4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial *service quality* terhadap *revisit intention* pada pelanggan *Rest Korean Garden Coffee and Eats* Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi strategi yang relevan bagi pemilik usaha kafe bertema *Korean garden* dalam hal *store atmosphere*, *food quality*, dan *service quality* untuk memaksimalkan *revisit intention* pada pelanggan di tengah banyaknya kafe yang mulai menerapkan konsep kafe tematik (*themed cafe*).
2. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang mengambil topik sejenis khususnya tentang *store atmosphere*, *food quality*, dan *service quality* serta pengaruhnya terhadap *revisit intention*.