

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan salah satu negara yang menjadi tujuan pariwisata yang ada di dunia, hal ini dikarenakan Indonesia memiliki kekayaan sumber daya alam hayati, sumber daya alam non hayati, sumber daya manusia, dan sumber daya buatan serta memiliki peninggalan sejarah dan budaya yang merupakan modal untuk pengembangan dan peningkatan industri pariwisata di Indonesia. Oleh sebab itu, modal tersebut perlu dimanfaatkan secara optimal melalui penyelenggaraan pariwisata yang ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional serta memperluas kesempatan berusaha dan lapangan kerja. Salah satu usaha yang termasuk dalam bidang pariwisata adalah restoran.

Restoran adalah merupakan jasa pelayanan makanan dan minuman yang di kelola secara komersial dan profesional dengan pelayanan yang eksklusif, menurut John dan Donald(2001:190), restoran merupakan salah satu cara utama untuk melengkapi kebutuhan tubuh, menjalani kehidupan sosial, membelanjakan uang, mempelajari dunia serta melaksanakan bisnis. Selain sebagai tempat penyedia makanan dan minuman, tujuan utama restoran adalah untuk pencapaian keuntungan. Tujuan utama dari restoran selain sebagai penyedia makanan dan minuman menurut John dan Donald

(2001:56) yaitu untuk mendapatkan keuntungan dan kepuasan dari konsumen serta pemilik.

Restoran saat ini dapat di katakan sebagai industri luar biasa karena hampir tidak pernah mati, industri yang penuh potensi, prospek serta berkembang begitu cepat serta merupakan bisnis pembawa kesuksesan bahkan kemakmuran, hal ini dikarenakan restoran memiliki produk yang kemudian untuk di jual dan dinikmati oleh konsumennya.

Sebagai suatu industri jasa, restoran harus didukung oleh beberapa faktor seperti pelayanan yang baik dan fasilitas penunjang seperti tempat pengelolaan dan pemilihan hiburan, karena daya tarik hiburan pada bisnis restoran ini terletak pada kekuatan dan kualitas untuk menghibur dan mampu mengubah kondisi psikis konsumen, dari kepenatan menjadi segar, dari kesedihan menjadi gembira, sehingga mampu mengikat daya tarik konsumen, selain itu untuk menjalankan operasional di restoran diperlukan sumber daya manusia yang terampil di bidangnya, sehingga operasional dapat berjalan dengan baik dan lancar tanpa ada keluhan dari konsumen.

Saat ini usaha industri jasa yang bergerak di bidang restoran lebih mengedepankan konsep kafe (*cafe*). Kafe ialah suatu tipe restoran yang biasanya menyediakan tempat duduk didalam dan diluar ruangan. Kafe tidak hanya menyediakan makanan berat namun lebih berfokus pada menu ringan seperti kue, roti, dan sup. Untuk minuman biasanya disajikan teh, kopi, *juice*, serta susu coklat..

Kafe Waralaba merupakan suatu bentuk kerja sama, dimana pihak waralaba memberi izin kepada pihak penerima atau pembeli waralaba untuk menggunakan hak intelektualnya, dalam nama, merek dagang, produk atau jasa dan sistem operasi suatu usaha.

Di Gorontalo keberadaan kafe waralaba ini semakin banyak bertumbuh dan berkembang, sehingga mulai ada investor luar yang datang melirik untuk mendirikan kafe waralaba di antaranya adalah *Coffee Toffee* dan *DoubleDipps*, kedua kafe waralaba inipun didirikan di tempat yang sangat strategis dan di tengah-tengah perkotaan sehingga mampu di jangkau oleh konsumen. Serta merupakan kafe waralaba yang menyediakan berbagai produk makanan dan minuman yang dapat dipilih oleh konsumen.

Perubahan saat ini juga bisa di lihat dari tindakan masyarakatnya, jika dulu pada jam istirahat biasanya hanya menggunakan waktu untuk sekedar makan dan minum di tempat biasa, tetapi saat ini lebih memilih tempat yang lebih menarik seperti kafe waralaba karena keberadaan yang mudah ditemukan.

Pastinya sering kita jumpai kafe waralaba karena keberadaannya mampu di jangkau oleh konsumen, kafe waralaba juga menyediakan minuman berupa kopi, hal ini membuktikan bahwa semakin banyaknya penikmat kopi dikalangan masyarakat modern.

Dulunya minuman kopi itu identik dengan orang-orang tua, tetapi saat ini minuman kopi sudah dapat di olah sedemikian rupa sehingga penikmatnya mulai dari remaja sampai yang dewasa.

Untuk memenuhi kebutuhan konsumen terutama para penikmat kopi, maka para pengusaha harus berlomba-lomba dalam menyajikan dan menawarkan fasilitas yang mampu menarik pengunjung penikmat minuman kopi karena kesuksesan usaha dalam bidang kafe dapat di lihat dengan banyaknya pengunjung yang datang. Sebagai kafe waralaba yang sudah banyak di ketahui oleh masyarakat maka pihak manajemen baik *CoffeeToffee* maupun *DoubleDipps* melakukan peningkatan fasilitas penunjuang seperti hiburan dan mutu pelayanan yang lebih baik, hal ini dilakukan bertujuan untuk menarik minat pengunjung agar tertarik untuk datang.

Yang dilakukan oleh manajemen ternyata membuahkan hasil yang cukup baik dari pengunjung, bahkan saat ini *Coffee Toffee* maupun *DoubleDipps* mampu bertahan dengan adanya persaingan yang semakin ketat, hal ini dapat dilihat dari makin meningkatnya pengunjung setiap bulannya,

Pada tabel 1 dapat dilihat bahwa perbandingan pengunjung yang datang di *CoffeToffe* dan *DoubleDipps* pada tahun 2014 dari bulan januari sampai dengan bulan desember

**Tabel 1.1**  
**Data Pengunjung DoubleDipps dan Coffee Toffee**  
**Per Januari – Desember 2014**

<b>DoubleDipps</b>		<b>Coffee Toffee</b>	
Bulan	Pengujung	Bulan	Pengunjung

Januari	1.015	Januari	-
Februari	945	Februari	-
Maret	1.200	Maret	-
April	1.255	April	-
Mei	1.235	Mei	-
Juni	1.190	Juni	-
Juli	1235	Juli	-
Agustus	1.540	Agustus	-
September	1.468	September	-
Oktober	1.525	Oktober	-
November	1.535	November	930
Desember	1.540	Desember	1.515

(Sumber CoffeToffe dan DoubleDipps 2014)

Melihat data pengunjung yang ada, bahwa *DoubleDipps* sudah mengalami peningkatan pengunjung mulai dari Januari 2014. Sedangkan *Coffee Toffee* sesuai data yang didapatkan dilapangan peningkatan pengunjung dimulai pada November 2014 sementara data pengunjung pada *Coffee Toffee* dari bulan Januari sampai Oktober tidak akurat sehingga tidak dimasukkan dalam tabel. Dari peningkatan data pengunjung dari kedua kafe waralaba ini baik *Coffee Toffee* dan *DoubleDipps* maka terlihat bagaimana kejelian manajemen kafe dalam merumuskan strategi bersaing, pihak manajemen mampu mengembangkan produk yang di miliki serta

mengembangkan fasilitas penunjang hiburan yang lebih menarik sehingga mampu menawarkannya kepada pengunjung, mementingkan kebutuhan pengunjung sehingga target pasar yang ingin dicapai terpenuhi.

Saat ini pengunjung yang datang untuk menikmati kopi di sebuah kafe waralaba semakin banyak dari yang remaja sampai yang tua, seperti telah di jelaskan diatas bahwa penikmat kopi saat ini bukan hanya orang tua saja.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai : **“Keputusan Pengunjung Untuk Menikmati Kopi Di *Cafe* Waralaba Lokal Kota Gorontalo”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan observasi di lapangan penulis ingin mengidentifikasi permasalahan terhadap kafe waralaba di kota Gorontalo adalah banyaknya pengunjung yang datang merupakan nilai tersendiri dalam persaingan antara kafe waralaba yang ada di kota Gorontalo”.

## **1.3. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas penulis dapat melihat rumusan masalah ini adalah “apakah yang mempengaruhi keputusan pengunjung untuk menikmati Kopi di *Cafe* waralaba lokal Kota Gorontalo”.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan yang dirumuskan diatas yaitu untuk mengetahui keputusan pengunjung untuk menikmati kopi di *cafe* waralaba lokal Kota Gorontalo

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Sadar akan pentingnya Penelitian ini, maka diperlukan usaha dalam penelitian ini dengan cara melakukan wawancara secara langsung tentang "Keputusan Pengunjung Untuk Menikmati Kopi Di *Cafe* Waralaba Lokal Di Kota Gorontalo" dan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

##### **1.5.1 Bagi akademik**

Sebagai bahan menambah wawasan wacana keilmuan dan acuan bagi mahasiswa Pariwisata khususnya Perhotelan untuk penelitian lebih lanjut.

##### **1.5.2 Bagi industri**

Sebagai bahan masukan bagi para pihak *cafewaralaba* untuk menjaga pengunjung yang datang menikmati kopi di tempat tersebut.

