BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia terdapat berbaga jenis restoran yang dikelola secara komersil dengan menawarkan hidangan yang khas dari tiap restoran tersebut. Pelayanan yang baik diberikan kepada setiap konsumen. Restoran memiliki kekhasan dan keunikan tersendiri untuk menjadi daya tariknya, baik dari menu hidangannya maupun dari tampilan bangunannya. Restoran yang tidak memilki kekhasan dan keunikan akan lebih sedikit peminatnya dibandingkan dengan restoran yang memiliki kekhasan dan keunikan sebagai daya tariknya.

Selain mencari keuntungan dalam bisnis, restoran memiliki tujuan utama yaitu memberi kepuasan kepada konsumennya, karena dengan puasnya konsumen terhadap jasa yang telah diberikan oleh restoran tersebut, maka dilain waktu mereka akan kembali untuk membeli dan menikmati hidangan yang disajikan restoran tersebut, dan secara umum restoran merupakan tempat yang dikunjungi orang untuk mencari dan menikmati makanan dan minuman.

Restoran dikelompokkan menjadi beberapa jenis sesuai kegiatan atau makanan dan minuman yang disajikan salah satunya adalah *coffee shop*. *Coffee shop* merupakan jenis restoran sebagai tempat makan dan minum yang menyuguhkan suasana santai tanpa aturan yang mengikat dan biasanya menyuguhkan racikan kopi sebagai menu spesial diluar makanan – makanan kecil atau makanan siap saji.

Konsep pada *coffee shop* sangat penting untuk mendapatkan ciri khas dari *coffee shop* tersebut. Konsep yang terbentuk dengan matang akan membantu bagaimana *coffee shop* terbangun kelak, karena sebuah *coffee shop* harus mengunggulkan kenyamanan, maka bangunan yang menarik dan nyaman juga diperlukan. Semuanya akan dengan mudah diwujudkan jika sudah memiliki konsep yang jelas. Selain konsep, *coffeeshop* harus memiliki konsumen agar konsep *coffee shop* tersebut dapat dinikmati oleh konsumen, maka perlu dilakukannya kegiatan promosi yang dapat mengundang konsumen untuk mendatangi *coffee shop* tersebut dan konsumen akan memilih *coffee shop* yang memiliki daya tarik untuk bersedia menikmati kopi.

Saat ini dikota besar di Indonesia banyak *coffee shop* bermunculan dengan beranekaragam konsep yang mereka tampilkan mulai dari tempat yang unik, pelayanan yang berbeda hingga menu yang ditawarkan. Pada sebuah *coffee shop* konsumen tidak hanya meminum secangkir kopi, namun konsumen dapat memesan makanan ringan maupun makanan utama dan merasakan pelayanan yang sangat baik sehingga konsumen dapat berlama-lama di *coffee shop*.

Beberapa tahun terakhir ini masyarakat Indonesia banyak menikmati kopi di *coffee shop* karena hal tersebut telah menjadi gaya hidup baru bagi masyarakat kelas menengah dan banyak *coffee shop* yang menawarkan daya tarik yang mereka punya untuk mendatangkan konsumen dengan cara melakukan promosi terhadap khalayak sasaran. Promosi yang dilakukan dapat bertujuan untuk mengenalkan *coffee shop* kepada masyarakat hingga untuk meningkatkan penjualan dari *coffee shop* tersebut.

Kebutuhan kopi di Indonesia meningkat setelah banyak *coffee shop* bermunculan di kota – kota besar di Indonesia. Anggota Kompartemen Industri dan Kopi Spesialti AEKI Moelyono Soesilo menjelaskan kenaikan konsumsi kopi di Indonesia turut dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi yang memicu kemunculan masyarakat kelas menengah. "Masyarakat kelas menengah ini memiliki gaya hidup yang bermacam-macam, salah satunya mengkonsumsi kopi di kedai – kedai kopi modern," (Tempo, Senin, 30 Juni 2014).

Di Bandung terdapat banyak *coffee shop* yang memiliki daya tariknya masing-masing untuk mendatangkan konsumen, salah satunya adalah *Yellow Truck Coffee*. *Yellow Truck Coffee* merupakan *coffee shop* di Bandung yang memperkenalkan berbagai biji kopi asli Indonesia berkualitas sejak tahun 2012. Dengan mengusung tagline "Kopi Untuk Semua" , *Yellow Truck Coffee* mempunyai misi untuk menyediakan tempat bersosialisasi bagi para penkmat kopi yang disebut dengan "Teman Ngopi". *Yellow Truck Coffee* memliki konsep *open bar* pada *coffee shop*-nya, agar konsumen yang ingin mencoba membuat kopinya

sendiri dapat langsung mempraktekannya dengan panduan seorang *Barista Yellow Truck Coffee*.

Sejak awal berdiri pada tahun 2012 hingga tahum 2016, *Yellow Truck Coffee* telah berkembang dan memiliki 12 gerai di beberapa kota di Indonesia. Dengan demikian *Yellow Truck Coffee* dapat diterima oleh khalayak sasaran dengan daya tarik yang dimilikinya. Namun semakin banyaknya *coffee shop* bermunculan di kota besar khususnya di Bandung membuat persaingan semakin ketat, oleh karena itu *Yellow Truck Coffee* membutuhkan cara agar tetap menjadi *coffee shop* yang dipilih masyarakat sebagai tempat menikmati kopi.

1.2 Identifikasi Masalah

Sehubungan dengan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu :

- Keunggulan sangat penting bagi *Yellow Truck Coffee*
- Banyak *coffee shop* bermunculan sebagai pesaing *Yellow Truck Coffee*
- *Yellow Truck Coffee* membutuhkan konsumen baru

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana cara untuk mendapatkan konsumen baru agar *Yellow Truck* menjadi *coffee shop* yang unggul dibandingkan pesaingnya?

1.4 Batasan Masalah

Agar pembahasan lebih terarah, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

- Cara mendapatkan mendapatkan konsumen baru *Yellow Truck Coffee*
- Penelitian dilakukan di *Yellow Truck Coffee* Jl. Linggawastu Bandung

1.5 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan perancangan, yaitu :

- Melakukan promosi terhadap *Yellow Truck Coffee*
- Mendapatkan konsumen baru *Yellow Truck Coffee*
- Menunjukkan daya tarik *Yellow Truck Coffee* kepada khalayak sasaran