

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era ini, kebutuhan maupun *life style* masyarakat sangat bermacam-macam. Pariwisata adalah salah satu industri terbesar yang menghasilkan uang, tetapi itu juga sangat membantu pertumbuhan ekonomi negara dan daerah. Pariwisata adalah bagian penting dari pertumbuhan ekonomi global, dan banyak negara sekarang bergantung pada pariwisata (Pradini, G. 2022). Sektor wisata merupakan salah satu bidang yang sangat penting untuk perkembangan perekonomian suatu wilayah. Pariwisata juga berkontribusi dalam berbagai dimensi kehidupan, baik yang bersifat ekonomi maupun non-ekonomi, dalam segala aspeknya (Mularsari, 2022). Salah satu bentuk usaha yang berkembang pesat di tengah tumbuhnya industri pariwisata adalah cafe atau coffee shop. Di Indonesia, cafe sering dikenal dengan sebutan kedai kopi. Tempat ini telah menjadi lokasi yang populer di berbagai kalangan untuk menikmati kopi. Meski identik dengan minuman kopi, coffee shop juga menyediakan beragam pilihan menu lain untuk memenuhi preferensi pengunjung yang tidak menyukai kopi (Meilida, 2023).

Coffee shop merupakan tempat di mana minuman kopi disajikan secara khusus oleh barista atau karyawan terlatih, sehingga menciptakan pengalaman yang unik bagi para pelanggan (Siregar, 2022). Selain menawarkan berbagai menu, coffee shop menjadi tempat yang ramai dikunjungi karena suasananya yang nyaman untuk berbagai aktivitas. Pengunjung dapat menggunakan tempat ini untuk bersantai, berbincang, menyelesaikan pekerjaan, atau sekadar menghabiskan waktu luang. Dalam operasionalnya, pelanggan biasanya memesan melalui kasir sebelum mencari tempat duduk. Proses ini melibatkan interaksi langsung antara pelanggan dan staf, yang mencatat pesanan dan memastikan kebutuhan pelanggan terpenuhi dengan baik (Chandra, Kurniawan, & Musa, 2020). Sebagai bagian dari gaya hidup modern, coffee shop telah menjadi lebih dari sekadar tempat untuk menikmati minuman. Keberadaannya mencerminkan dinamika sosial dan ekonomi masyarakat, yang terus berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan tempat yang tidak

hanya menyediakan produk berkualitas, tetapi juga menghadirkan pengalaman yang menyenangkan. Fenomena ini menunjukkan bagaimana sektor pariwisata dan industri kreatif, seperti coffee shop, saling mendukung dalam menciptakan nilai tambah bagi perekonomian dan kehidupan sosial.

Salah satu coffee shop yang menarik perhatian di Kabupaten Bogor adalah Rasatala, yang berlokasi di Jalan Puri Alam Kencana, Nanggung Mekar, Kec. Cibinong, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, Pakansari, Cibinong. Didirikan pada akhir tahun 2023. Rasatala hadir dengan konsep unik yang terinspirasi dari suasana cafe di Thailand harmonis dengan gaya modern industrial dan nuansa natural. Dengan desain yang memadukan material industri seperti besi dan beton dengan elemen kayu, tanaman hijau, dan dekorasi tropis, Rasatala menciptakan suasana yang unik, nyaman, dan relevan dengan karakteristik lingkungan sekitarnya.

Cafe ini tidak hanya menawarkan ruang yang estetik untuk bersantai, tetapi juga menjadi tempat yang sempurna untuk bekerja atau bertemu dengan teman. Aroma kopi berkualitas menyapa setiap pengunjung, melengkapi pengalaman menikmati suasana hangat ala Thailand yang diberi sentuhan modern dan urban. Cafe ini beroperasi setiap hari, dengan jam buka mulai pukul 09.00 - 23.00 Wib. Rasatala menawarkan berbagai jenis kopi dan makanan dengan harga terjangkau, memadukan pengalaman rasa dan suasana yang unik. Dengan desain yang memikat dan konsep yang autentik, Rasatala berhasil menarik perhatian berbagai kalangan pengunjung, mulai dari pelajar, pekerja profesional, hingga wisatawan lokal. Data menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung Rasatala datang untuk menikmati suasana uniknya yang mendukung produktivitas sekaligus relaksasi. Selain itu, banyak pengunjung yang menjadikan Rasatala untuk bersosialisasi, hingga mengadakan pertemuan santai.

Tabel 1.1

**Data Kunjungan Rasatala Coffee Tahun 2024
(Periode Bulan Januari-Desember)**

Bulan ke	Jumlah Kunjungan
1	1.395
2	1.305

Bulan ke	Jumlah Kunjungan
3	1.395
4	1.350
5	1.395
6	1.345
7	1.395
8	1.398
9	1.338
10	1.395
11	1.367
12	1.400
Total	16.478

Sumber: Data Pengunjung Rasatala Coffee

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, pada tahun 2024 Rasatala mencatat total pengunjung sebanyak 16.478 orang dalam satu tahun. Angka ini mencerminkan antusiasme yang tinggi dari masyarakat terhadap konsep unik yang ditawarkan, sekaligus menjadi bukti bahwa Rasatala berhasil menjadi salah satu destinasi cafe favorit di Kabupaten Bogor. Dengan jumlah pengunjung yang terus bertumbuh, Rasatala semakin memperkuat eksistensinya sebagai tempat yang mendukung gaya hidup modern dan kebutuhan bersosialisasi.

Maka itu, pengaruh bauran pemasaran dan suasana cafe terhadap minat berkunjung konsumen telah banyak dilakukan, namun fokusnya cenderung terpisah antara aspek bauran pemasaran dan suasana cafe. Beberapa penelitian sebelumnya lebih menekankan pada salah satu faktor tersebut, seperti bauran pemasaran sebagai strategi utama untuk menarik konsumen (contoh: harga, promosi, dan lokasi). Di sisi lain, penelitian tentang suasana cafe sering kali hanya menyoroti elemen estetika dan kenyamanan tanpa mengintegrasikannya secara komprehensif dengan strategi pemasaran.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Rahakbauw, 2024) Bauran pemasaran adalah 'sejumlah alat pemasaran (marketing mix) yang digunakan oleh perusahaan untuk meraih tujuan perusahaan di pasar yang ditargetkan'. Bauran promosi (marketing mix) adalah gabungan dari elemen-elemen utama

yang membentuk sistem pemasaran, di mana setiap elemen dapat di kendalikan dan di gunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi permintaan pasar sasaran. Bauran pemasaran juga dapat dikatakan sebagai alat atau cara bagi perusahaan untuk mencapai tujuan- tujuan pemasaran.

Salah satu faktor yang mendukung bisnis café adalah suasananya, karena suasana yang ada dan tercipta membuat konsumen memiliki perasaan yang berbeda untuk setiap cafe yang mereka kunjungi. Suara musik, penerangan, dan suasana di dalam dan luar café dapat membentuk perasaan nyaman pelanggan (Harga, 2020). Menurut Zeithaml dalam Shah, (2022) minat kunjung ulang dianggap sebagai perasaan yang mendorong pelanggan untuk memutuskan untuk kembali ke tempat yang telah mereka kunjungi, bahkan bersedia untuk berbagi cerita atau ulasan positif, dan menghabiskan waktu lebih lama di tempat tersebut untuk menikmati layanan yang diberikan. Selain itu, penelitian yang ada umumnya dilakukan di wilayah dengan karakteristik pasar yang berbeda, seperti kota metropolitan, sehingga belum sepenuhnya mencerminkan preferensi konsumen di kota berkembang seperti Bogor. Oleh karena itu, masih terdapat kesenjangan penelitian dalam memahami interaksi antara bauran pemasaran dan suasana cafe sebagai faktor yang terintegrasi dalam memengaruhi minat berkunjung konsumen, khususnya di konteks lokal seperti Rasatala Coffee di Kabupaten Bogor.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi gap tersebut dengan menganalisis secara simultan bagaimana bauran pemasaran dan suasana cafe berkontribusi terhadap minat berkunjung konsumen, sehingga dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif dan aplikatif bagi pelaku usaha di industri cafe. Melihat latar belakang yang telah dijelaskan dan fenomena kesenjangan yang terjadi di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian Rasatala Coffee dengan judul **"Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Suasana Cafe Terhadap Minat Kunjung Konsumen Rasatala Coffee"**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang diberikan di atas, dengan demikian rumusan masalah ini dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh bauran pemasaran terhadap minat berkunjung

konsumen Rasatala Coffee?

2. Apakah terdapat pengaruh suasana cafe terhadap minat berkunjung konsumen Rasatala Coffee?
3. Apakah terdapat pengaruh bauran pemasaran dan suasana cafe terhadap minat berkunjung konsumen Rasatala Coffee?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap minat berkunjung konsumen Rasatala Coffee.
- b. Untuk mengetahui pengaruh suasana cafe terhadap minat berkunjung konsumen Rasatala Coffee.
- c. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran dan suasana cafe terhadap minat berkunjung Rasatala Coffee.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan atau manfaat penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

a. Manfaat bagi Perusahaan

Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dasar bagi pengelola Rasatala Coffee mengenai strategi produk, promosi, harga, tempat, dan suasana cafe yang paling efektif dalam menarik pelanggan. Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut, Rasatala Coffee dapat meningkatkan daya saingnya di pasar kuliner yang semakin kompetitif.

b. Manfaat bagi Peneliti

Penelitian ini dapat membantu peneliti mengembangkan wawasan tentang pengaruh bauran pemasaran dan suasana cafe terhadap perilaku konsumen, khususnya dalam industri kuliner.

c. Manfaat bagi Akademik

Penelitian ini bisa menjadi bahan acuan bagi penelitian di bidang pariwisata, pemasaran, dan perilaku konsumen, dan memperkaya teori tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjung konsumen.