

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebanyakan kalangan muda Kota Padang senang berkumpul, berinteraksi dan bersosialisasi. Secara tidak langsung, fenomena ini membuat maraknya pertumbuhan restoran sebagai tempat berkumpul anak muda. Kehadiran Restoran berbentuk *Bistro* atau *Cafe* di kota-kota besar telah menjadi alternatif tempat “nongkrong” yang sering dikunjungi oleh kalangan muda. Restoran seperti *Bistro* atau *Cafe* banyak mengusung konsep unik dan berbeda-beda untuk menarik konsumen, yang belakangan ini semakin dikenal dan banyak dikunjungi oleh masyarakat, khususnya kalangan muda. Beberapa *Bistro* atau *Cafe* yang berdiri di wilayah Kota Padang antara lain *Kiosk by Tee Shop*, *New Face Resto & Lounge*, *Sweet Studio by Hokky* dan masih banyak lagi. Setiap *Bistro* atau *Cafe* yang ada, memberikan suguhan masakan yang menjadi andalan untuk menarik minat konsumennya.

Dahulu restoran memiliki *image* hanya sebagai tempat makan saja dimata masyarakat, tetapi sekarang Restoran seperti *Bistro* tidak hanya sekedar menjadi tempat untuk makan, tapi juga menjadi tempat untuk berkumpul dengan teman-teman, tempat mengadakan rapat dan tempat perayaan hari-hari tertentu bagi masyarakat. Restoran adalah suatu usaha komersil yang menyediakan jasa pelayanan makan dan minum dan dikelola secara professional (Soekresno, 2000:17).

Kinol Bistro & Pool merupakan salah satu restoran baru yang ada di Kota Padang. Berbagai langkah dan strategi pun dibuat untuk menarik konsumen. *Kinol Bistro & Pool* dipimpin oleh Jimmy Gani, menurut Jimmy Gani mengatakan:

“*latar belakang saya yang menyukai dunia kuliner, hingga akhirnya saya mendirikan Kinol Bistro & Pool yang tidak hanya bertujuan untuk memanjakan selera kuliner sendiri, namun juga untuk memanjakan selera kuliner masyarakat Kota Padang yang senang berkumpul bersama teman – teman ataupun keluarga*”.

Kinol Bistro & Pool didirikan pada tanggal 15 September 2014 yang berlokasi di Jalan Imam Bonjol No. 28, Padang.



Gambar 1.1
Ruang Makan *Kinol Bistro & Pool*

Seiring dengan perkembangan dunia kuliner yang semakin berkembang, mengakibatkan persaingan yang ketat di dalam usaha kuliner. Untuk tetap bisa bertahan dan berkembang dalam usaha kuliner, tentunya *Kinol Bistro & Pool* harus menjaga kualitas produk mulai dari bahan makanan dan minuman pilihan, pelayanan yang baik, serta fasilitas yang lengkap. Sehingga perusahaan nantinya dapat berkembang dan mengungguli pesaing-pesaing dalam usaha kuliner.

Banyaknya kompetitor restoran dengan fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen, membuat *Kinol Bistro & Pool* perlu melakukan strategi komunikasi promosi dan pemasaran yang tepat, untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumen. Dalam suatu bisnis restoran, sukses atau tidaknya perusahaan tergantung bagaimana pihak restoran dalam mengelola hubungan baik terhadap konsumen, kritikan dan saran dari konsumen juga

mempengaruhi kebijakan perusahaan. Untuk memanfaatkan peluang yang ada, perusahaan harus menggunakan komunikasi pemasaran yang modern seperti penggunaan media sosial di internet, dengan tujuan agar informasi mengenai produk dapat diketahui oleh konsumen secara cepat dan tepat. Perusahaan juga harus berkomunikasi dengan baik kepada konsumen potensial, sehingga konsumen potensial tersebut dapat berperan sebagai komunikator yang secara tidak langsung akan membantu perusahaan dalam kegiatan promosi.



Tabel 1.1

Daftar Restoran Kompetitor *Kinol Bistro & Pool*

No	Nama Tempat	Lokasi	Konsep Tempat	Segmentasi
1	<i>Sweet Studio by Hokky</i>	Jl. Klenteng No.297, Padang	Modern Minimalis	Menengah
2	<i>New Face Resto & Lounge</i>	Jl. Gereja No. 38, Padang	Klasik	Menengah
3	<i>Kiosk by Tee Shop</i>	Jl. Tepi pisang, Pondok, Padang	Klasik	Menengah

Sumber: Data diambil dari Padangexsis, November 2015.

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwa Restoran kompetitor dari *Kinol Bistro & Poll* juga memiliki kelebihan masing-masing, terlihat dari lokasi restoran, kemudian konsep tempat yang unik dan khas dari restoran tersebut dengan segmentasi menengah ke atas.

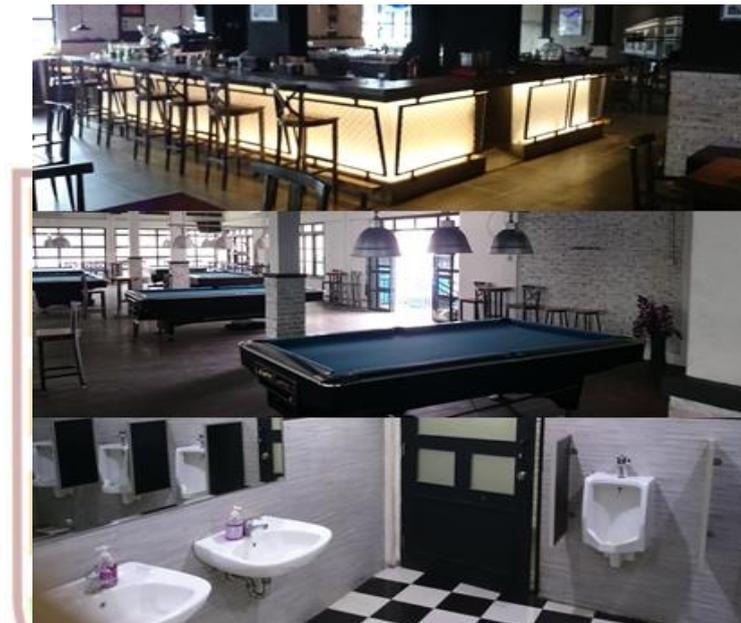
Kinol Bistro & Pool perlu melakukan strategi dalam mempertahankan pelanggan dan meningkatkan jumlah pelanggannya. Tanpa adanya strategi promosi yang baik dan benar akan

mempengaruhi jumlah pelanggan, apalagi kompetitor *Kinol Bistro & Pool* juga melakukan promosinya dengan berbagai macam strategi. *Kinol Bistro & Pool* perlu melakukan strategi promosi yang tepat, sehingga konsumen memberikan respon yang positif terhadap produk kuliner yang disajikan. Dengan hal tersebut perusahaan perlu membuat strategi komunikasi promosi yang ditujukan kepada konsumen sehingga dapat meningkatkan target penjualan.

Segmentasi pasar yang dituju *Kinol Bistro & Pool* adalah pengunjung golongan menengah ke atas diantaranya karyawan, mahasiswa dan pengusaha. *Kinol Bistro & Pool* berusaha memperkenalkan kepada konsumen akan cita rasa makanan yang dibuat secara *premium*, namun tetap bisa menikmatinya dengan harga yang relatif terjangkau, dengan menawarkan berbagai promo seperti *Lunch Bill* yaitu beberapa makanan yang dihargai Rp. 35.000 per porsi ditambah dengan *regular ice tea premium* yang berlaku setiap hari senin hingga jumat dari pukul 09.00 sampai 15.00 WIB, *Cheers Monday* yaitu dengan membeli satu *Beer*, konsumen bisa mendapatkan gratis satu *Beer* lagi setiap hari senin. Selain itu juga ada penampilan band akustik setiap hari jumat dan *live music* pada hari Sabtu, kemudian juga ada promo nonton bareng setiap ada pertandingan bola, *Membership*, *Delivery Order*, *Rain Man Voucher*, *Kids Menu* dan juga ada beberapa *event* yang hanya dilakukan pada waktu-waktu tertentu seperti Tahun Baru, Halloween, Valentine, Natal dan lainnya.

Konsep dari *Kinol Bistro & Pool* yaitu menggunakan konsep *Vintage Vintage* merupakan sesuatu yang bergaya tua atau sesuatu yang memberi kesan lampau (www.edupaint.com). Kesan *Vintage* dari restoran ini ditonjolkan melalui dinding bangunan yang terbuat dari batu bata, hiasan-hiasan bergambar masa lampau, tulisan-tulisan yang bergaya lama dan dominasi warna yang gelap. Dengan ruangan yang sangat luas diharapkan dapat membuat konsumen merasa nyaman berada didalam *Kinol Bistro & Pool* kita dapat mengadakan berbagai acara seperti acara keluarga, acara kantor, dan acara ulang tahun. Dalam

pelayanannya, *Kinol Bistro & Pool* mendatangkan langsung *chef* dan *bartender* profesional. *Waiters* yang sudah dilatih dalam melayani pengunjung, ditambah dengan fasilitas *green kitchen set* (sampah dari sisa makanan satu hari, tidak boleh dari satu plastik sampah), *bar* standar hotel internasional, *wifi* gratis, toilet yang bersih serta tempat bermain *billiard* yang ada di lantai dua.



Gambar 1.2
Fasilitas *Kinol Bistro & Pool*

Kinol Bistro & Pool memiliki konsep makanan yang bercita rasa *internasional food* seperti *steak*, *burger* dan *pasta*. Pemilik *Kinol Bistro & Pool* yaitu Jimmy Gani sedang mengusahakan pembuatan sertifikat halal untuk makanan yang disajikan. Semua fasilitas yang begitu lengkap, disediakan sesuai dengan harga makanan yang dibayarkan oleh konsumen. Menurut Eric Djohan selaku *Manager Operasional Kinol Bistro & Pool* mengatakan:

“Keunggulan yang dimiliki *Kinol Bistro & Pool* diharapkan dapat menarik konsumen untuk berkunjung, dengan menawarkan kenyamanan bagi para konsumennya. Strategi komunikasi promosi dan pemasaran merupakan cara agar masyarakat mengetahui keberadaan *Kinol Bistro & Pool* yang kemudian bisa menjadi tempat wisata kuliner dengan cita rasa *Premium* dan harga yang terjangkau bagi konsumennya”.

Berkaitan dengan latar belakang tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian yang bertempat di “*Kinol Bistro & Pool*” yang beralamat di jalan Imam Bonjol No. 28, Padang. Dimana peneliti bermaksud untuk mengetahui “*Strategi Komunikasi Promosi dan Pemasaran Kinol Bistro & Pool dalam menarik konsumen*” menjadi fokus penelitian peneliti.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti mengajukan rumusan masalah sebagai berikut “Bagaimana Strategi Komunikasi Promosi dan Pemasaran yang digunakan *Kinol Bistro & Pool* sebagai upaya dalam menarik konsumen?”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas maka tujuan penelitian yang diteliti oleh peneliti adalah “Untuk mendeskripsikan Strategi Komunikasi Promosi dan Pemasaran yang dilakukan *Kinol Bistro & Pool* dalam menarik konsumen”.

1.3.2 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap perkembangan dalam studi ilmu komunikasi, khususnya mengenai komunikasi promosi dan pemasaran.
2. Sebagai masukan untuk calon peneliti berikutnya, yang berminat dalam bidang strategi komunikasi promosi dan pemasaran.

b. Manfaat Praktis



1. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah wawasan strategi komunikasi promosi dan pemasaran *Kinol Bistro & Pool* dalam menjaga kelangsungan perusahaan.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar untuk pertimbangan bagi pratek strategi komunikasi promosi dan pemasaran yang efektif dalam upaya menarik konsumen khususnya usaha kuliner.

