

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan dan perkembangan di Kota Padang terus mengalami kemajuan hingga saat ini. Salah satu perkembangan yang tumbuh secara pesat yaitu tempat hiburan. Berbagai tempat hiburan terus mengalami peningkatan yang mana dapat dinikmati oleh semua kalangan, salah satunya yaitu kafe. Maraknya fenomena kemunculan kafe di Kota Padang masih berlangsung hingga saat ini. Di setiap sudut kota, terlihat kafe kian menjamur dengan menawarkan konsep berbeda. Berdasarkan data yang dilansir dari kompas.com pada tahun 2022, terdapat beberapa kafe di Kota Padang antara lain, Dua Pintu *Coffee*, V *Coffee*, KUPI Batigo, Velo City Burger & *Coffee*, Maison Merjer, Suko Kopi, Toko Kopi Kita, Ruang Sasana, Parewa, Rimbun Espresso & Brew Bar, Bacarito Kopi dan masih banyak lagi. Kafe tersebut memiliki konsep yang unik dan selaras dengan *trend* saat ini.

Kafe sangat diminati dan kerap dikunjungi oleh masyarakat dari berbagai kalangan, dimulai dari anak-anak, remaja hingga dewasa. Menjadi daya tarik masyarakat untuk mengunjungi kafe dikarenakan adanya suguhan seperti lokasi yang strategis, suasana yang santai, tempat yang nyaman, makanan dan minuman yang variatif, adanya *live music*, desain interior khas hingga pelayanan terbaik (tribunsumbar.com, 2022). Pada umumnya, tempat ini dimanfaatkan guna melakukan berbagai aktivitas seperti, bercengkrama bersama teman, berdiskusi kerja kelompok, melakukan pekerjaan bahkan hanya sekedar untuk menikmati atmosfer dari kafe

tersebut. Banyaknya masyarakat yang mengunjungi kafe juga selaras dengan kebutuhan gaya hidup (*life style*). Menurut Priansa (2017) Gaya hidup bertautan dengan cara hidup seseorang dalam menghabiskan waktunya, mempertimbangkan minat dan lingkungannya serta pemikiran orang terhadap diri sendiri dan lingkungan sekitar. Oleh karena itu, faktor masyarakat mengunjungi kafe juga berkaitan dengan adanya pertimbangan gaya hidup. Hal ini menandakan bahwa banyak masyarakat gemar mengunjungi kafe.

Tingginya daya tarik masyarakat terhadap kafe yang beriringan dengan kebutuhan gaya hidup masyarakat, memperlihatkan bahwa situasi ini dapat menciptakan ruang bagi manusia agar lebih kreatif dalam berpikir dan berkarya. Kreativitas ini kemudian oleh sebagian orang diterapkan dalam berbisnis. Banyak usaha-usaha yang muncul akibat dari ide-ide kreatif yang kemudian berhasil menciptakan pasarnya sendiri, ataupun tercetus ide usaha yang terinspirasi dari hasil pengamatan terhadap perilaku orang lain (Herlyana, 2012). Pelaku usaha berlomba-lomba dalam menciptakan bisnis setelah melihat peluang akan tingginya antusias masyarakat akan mengunjungi kafe. Hal ini ditandakan dengan menjamurnya keberadaan kafe di Kota Padang.

Pertumbuhan kafe di Kota Padang yang terjadi secara pesat, tidak mengakibatkan eksistensi dari kafe dengan konsep sederhana mengalami kemunduran. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, masih banyak terdapat kafe dengan konsep sederhana yang berada di Kota Padang yang tetap bertahan di era gempuran kafe, salah satunya yaitu Kafe Payung yang terletak di Pantai Padang.

Berdasarkan rilis berita yang dilansir dari situs pariwisata.padang.go.id tahun 2022, Kafe ini terletak pada lokasi strategis yaitu sepanjang bibir Pantai Padang yang merupakan salah satu destinasi wisata favorit di Kota Padang yang dapat memanjakan pengunjung melalui keindahan alam yang disuguhkan. Kafe Payung merupakan kafe sederhana yang mengusung konsep penggunaan media payung yang ditancapkan pada pasir sebagai pelindung pengunjung. Pengunjung juga dapat melakukan *request* kepada pemilik kafe untuk tidak menggunakan payung. Kafe ini menggunakan meja dan kursi berbahan plastik yang memiliki ragam warna.

Keberadaan Kafe Payung mulai tumbuh secara pesat setelah gempa tahun 2009. Hal ini ditandai dengan maraknya kafe-kafe yang menggunakan payung di sepanjang bibir pantai sebagai tempat para pengunjung bersantai. Secara resmi pengelolaan Kafe Payung di Pantai Padang ini berada dalam naungan Dinas Pariwisata Kota Padang (langgam.id, 2022). Seluruh aktivitas yang dilakukan di sekitar kawasan Pantai Padang difasilitasi dan diawasi langsung oleh instansi ini. Aktivitas seperti proses penataan dan memoles kawasan objek Pantai Padang dimulai dari kebersihan, kerapian, kenyamanan hingga melengkapi sarana dan prasarana fasilitas umum dilaksanakan oleh instansi ini. Salah satu fasilitas yang disediakan yaitu dengan pemberian wilayah atau tempat secara leluasa kepada pemilik Kafe Payung di Pantai Padang untuk melakukan aktivitas pemasaran. Tentunya, hal ini merupakan strategi dalam meningkatkan roda perekonomian masyarakat Kota Padang serta menambah daya tarik wisatawan lokal maupun asing untuk mengunjungi objek wisata Pantai Padang.

Hasil observasi peneliti di lapangan menunjukkan bahwa Kafe Payung masih ramai dikunjungi oleh masyarakat. Salah satu pemilik Kafe Payung bernama Inam mengungkapkan bahwa di hari biasa rata-rata pengunjung ramai berdatangan pada pukul 16.00 WIB hingga 22.00 WIB. Lain hal di akhir pekan dan hari besar, pengunjung dapat membludak dari jam buka hingga pukul 24.00 WIB. Pemilik kafe lain juga mengatakan hal sedemikian rupa. Pengunjung yang kerap mendatangi kafe ini terdiri dari berbagai kalangan seperti, remaja, dewasa hingga orang tua. Bahkan, kalangan keluarga pun sering mengunjungi tempat ini untuk bersantai. Selanjutnya, pengunjung kafe ini tidak hanya berasal dari Kota Padang, tetapi juga berasal dari daerah Payakumbuh, Pasaman, Bukittinggi dan Pariaman. Selain itu, pada hari libur pengunjung juga banyak berasal dari luar Provinsi Sumatera Barat yaitu Jambi, Palembang, Pekanbaru.

Kafe Payung di Pantai Padang menyediakan banyak produk yang bervariasi. Dimulai dari makanan yang terdiri dari nasi goreng, mie goreng, mie rebus, mienas, pensi, langkitang, pisang bakar, jagung bakar, dan lain-lain. Sedangkan, minuman yang ditawarkan terdiri dari minuman saset, minuman kemasan botol, air kelapa, dan lain-lain. Mayoritas makanan dan minuman favorit yang digandrungi oleh pengunjung yaitu langkitang dan air kelapa. Harga makanan dan minuman yang ditawarkan sangat beragam dan terjangkau, yaitu dimulai dari 10-25 ribu rupiah. Beberapa Kafe Payung di Pantai Padang yang peneliti observasi juga memiliki kesamaan dalam daftar menu dan harga.

Makanan dan minuman yang bervariasi serta memiliki harga terjangkau, tidak menjadi satu-satunya alasan dalam memikat pengunjung mengunjungi lokasi ini. Penggunaan lampu warna-warni dan keberadaan *live music* juga menjadi daya tarik bagi masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara peneliti bersama Sonya, pemilik salah satu kafe payung, Sonya mengungkapkan bahwa banyaknya lampu yang dipasang pada sekitar kafe menarik perhatian pengunjung dan menciptakan kenyamanan bagi pengunjung dikarenakan penerangan yang memadai. Selain itu, *live music* yang disewa secara pribadi oleh pemilik kafe juga dapat memberikan kesan lain bagi pengunjung.

Kemudian dalam memasarkan produk, para pemilik maupun pegawai menggunakan cara promosi yang unik seperti pemberian diskon, melakukan persuasi terhadap pengunjung secara bersahutan, melakukan pembulatan harga kepada pelanggan. Langkah tersebut terbilang efektif bagi pemilik Kafe Payung di Pantai Padang. Pemilik kafe menyebutkan bahwa banyak pelanggan yang berkunjung kembali dikarenakan hal tersebut. Kebanyakan pelanggan juga melakukan pemesanan tempat terlebih dahulu kepada pemilik kafe melalui telepon / Whatsapp pribadi jika ingin datang kembali.

Peneliti juga menyempatkan untuk melakukan wawancara kepada salah satu pelanggan Kafe Payung di Pantai Padang. Pelanggan tersebut menyatakan bahwa sering mengunjungi Kafe Payung dikarenakan ingin nongkrong sambil menikmati suasana ombak pantai dan matahari terbenam untuk melepas penat. Selain itu, harga makanan dan minuman yang ditawarkan jauh lebih terjangkau dibanding kafe diluar

sana. Pelanggan juga puas terhadap pelayanan prima yang diberikan oleh pemilik maupun pegawai dari Kafe Payung tersebut.

Dewasa ini, dalam dunia bisnis pelaku usaha tidak hanya mencari pelanggan yang sekali membeli lalu menghilang, namun dituntut semakin berkembang untuk memuaskan pelanggannya hingga dapat mempertahankan pelanggan (Sukandar, 2018). Maka dari itu, perlu adanya langkah yaitu dengan melakukan komunikasi pemasaran yang tepat sehingga mampu untuk mencapai tujuan dalam memberikan informasi, mempengaruhi, promosi suatu kegiatan pemasaran agar dapat mempertahankan pelanggan. Komunikasi dan pemasaran selalu berkesinambungan dan keduanya tidak pernah dapat dipisahkan. Peran komunikasi di dalam pemasaran merupakan hal penting yang tidak dapat disisihkan karena merupakan sebuah proses yang akan berpengaruh akan tercapainya tujuan dari sebuah aktivitas pemasaran.

Kafe Payung di Pantai Padang dapat memanfaatkan komunikasi pemasaran sebagai alat dalam meningkatkan pemasaran dan menjaga kesetiaan pelanggan. Komunikasi pemasaran dapat menjadi wadah yang dapat digunakan oleh pelaku usaha dalam memberikan informasi, membujuk dan mengingatkan pelanggan secara langsung maupun tidak langsung terkait produk yang mereka jual. (Kotler dan Keller, 2012:476). Penerapan komunikasi pemasaran diperlukan bagi sebuah kegiatan usaha untuk mendorong tercapainya keunggulan dari sebuah kegiatan usaha, seperti peningkatan penjualan, keunggulan dari kompetitor, menciptakan kesadaran merek, dan lain sebagainya.

Implementasi komunikasi pemasaran sangat erat kaitannya dengan loyalitas pelanggan. Loyalitas merupakan ketersediaan pelanggan untuk berlangganan suatu produk dalam jangka waktu yang panjang dengan melakukan pembelian secara berulang (Setiawan, 2011). Melalui Komunikasi pemasaran, perusahaan dapat memperkuat loyalitas pelanggan terhadap produk yang dimiliki perusahaan baik berupa barang atau jasa. Perusahaan yang mampu mengembangkan dan mempertahankan pelanggan akan memperoleh kesuksesan jangka panjang. Selain itu, komunikasi pemasaran dapat menjadi suara bagi perusahaan dalam mengenalkan merek dan sebagai jembatan dalam melakukan hubungan dengan pelanggan. Kegiatan yang dilakukan dalam komunikasi pemasaran juga dapat bertujuan untuk membentuk perubahan pengetahuan, tindakan dan sikap pelanggan agar dapat membeli produk yang ditawarkan.

Penelitian ini menarik dan penting untuk dilakukan karena masih bertahannya Kafe Payung sebagai salah satu destinasi berkumpul di Kota Padang. Di saat menjamurnya kafe di Kota Padang, Kafe Payung dapat terus mempertahankan pelanggannya. Asumsi sederhananya, dengan maraknya kafe di Kota Padang merupakan salah satu faktor yang menyebabkan terjadinya penurunan pelanggan. Namun di tengah kondisi seperti ini justru Kafe Payung masih tetap eksis dan ramai dikunjungi masyarakat. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam mengenai upaya yang dilakukan pemilik Kafe Payung di Pantai Padang melalui komunikasi pemasaran sehingga dapat mempertahankan pelanggan melalui penelitian

yang berjudul “**Komunikasi Pemasaran Kafe Payung Di Pantai Padang Dalam Mempertahankan Pelanggan**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah peneliti ingin melihat bagaimana komunikasi pemasaran yang dilakukan pemilik Kafe Payung di Pantai Padang dalam mempertahankan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pemilik Kafe Payung di Pantai Padang dalam mempertahankan pelanggan.
2. Untuk mengetahui alasan pelanggan memilih Kafe Payung di Pantai Padang sebagai destinasi tempat berkumpul.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan manfaat, baik secara akademis maupun teoritis yaitu:

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan kontribusi teoritis di lingkup ilmu komunikasi, khususnya bidang *public relations*. Kemudian, penelitian ini juga

diharapkan agar dapat menjadi bahan rujukan ilmu pengetahuan dan pengembangan kajian ilmiah di lingkup komunikasi pemasaran bagi akademisi komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan referensi, memberi wawasan serta tambahan informasi bagi para pembaca dan memberikan sumbangan pemikiran bagi publik serta pihak yang melakukan penelitian lebih lanjut khususnya pada bidang kajian *public relations* mengenai komunikasi pemasaran. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang bergerak pada bidang kafe dalam melakukan adaptasi terhadap komunikasi pemasaran yang akan direalisasikan pada usahanya.

