

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang kaya akan kuliner dan makanan khasnya. Tidak heran pada saat sekarang ini di Indonesia bisnis makanan dan minuman sangat menjamur di seluruh kota bahkan hampir keseluruhan pelosok daerah di Indonesia. Bahkan dengan khas serta uniknya kuliner Indonesia, ada beberapa jenis makanan khas Indonesia yang terkenal diseluruh dunia salah satunya adalah rendang yang berasal dari Padang. Semakin terkenalnya makanan khas tradisional Indonesia di dunia, itu tidak terlepas dari rempah-rempah tradisional yang digunakan dan juga restoran-restoran yang semakin berkembang di Indonesia. Salah satu faktor yang mendorong menjamurnya pertumbuhan restoran skala menengah dan besar didorong karena kebiasaan masyarakat Indonesia yang cenderung memiliki gaya hidup makan ditempat mewah dan cepat saji. Oleh karena itu, tidak heran orang-orang yang memiliki gaya hidup tersebut mengeluarkan anggaran yang cukup besar hanya buat menghilangkan rasa haus dan lapar.

Riset terbaru [Qraved.com](https://www.qraved.com), situs pencarian dan reservasi restoran terkemuka di Jakarta mencatat timbulnya kebiasaan masyarakat Indonesia yang memiliki kebiasaan makan di restoran. Sepanjang tahun 2013, tercatat kunjungan orang Indonesia ke restoran mencapai 380 juta kali dan menghabiskan total USD 1,5 miliar. Semaraknya kebiasaan makan di restoran ini juga ditopang dengan

pertumbuhan restoran kelas menengah dan atas hingga 250 persen dalam lima tahun terakhir. (sumber : tribunnews.com, Jakarta)

Prospek bisnis cafe di Indonesia memiliki prospek bisnis yang menjanjikan. Fenomena tersebut di tangkap oleh para-para pebisnis industri kuliner yang menjadikan hal tersebut sebagai peluang besar yang bisa dimanfaatkan.

Untuk melihat informasi perkembangan bisnis di industri restoran di Indonesia dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.1.1 Perkembangan Usaha Restoran/Rumah makan Skala Menengah dan Besar tahun 2007-2010 di Indonesia



Tahun	Jumlah Restoran/ Rumah Makan	Pertumbuhan (%)
2007	1.615	-
2008	2.235	38,39
2009	2.704	20,98
2010	2.916	7,84

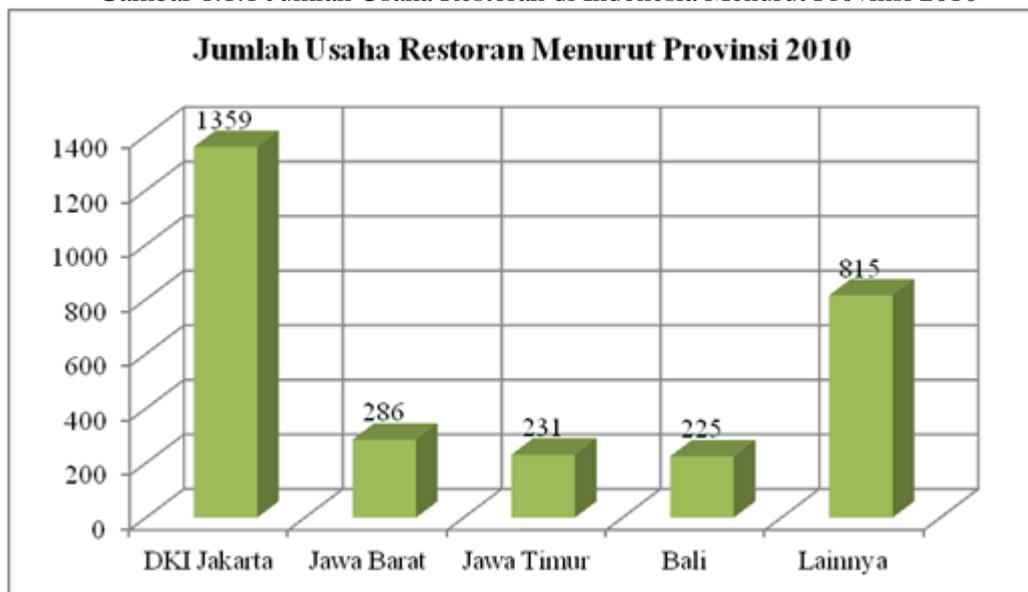
Sumber: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2010). [www.budpar.go.id](http://www.budpar.go.id)

Berdasarkan data dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa perkembangan usaha restoran/ rumah makan skala menengah dan besar tahun 2007 sampai tahun 2010 di Indonesia selalu mengalami pertumbuhan setiap tahunnya, walaupun tingkat pertumbuhannya tidak sama setiap tahun.

Berdasarkan data yang dihimpun oleh Badan Pusat Statistik tahun 2010, jumlah restoran dan cafe skala menengah dan besar terbanyak berdasarkan kategori provinsi terdapat di DKI Jakarta yang mencapai 1.359 unit usaha, dan diikuti oleh Jawa Barat sebanyak 286 unit usaha dan Jawa Timur sebanyak 231 unit usaha. Jakarta sebagai ibu kota negara menjadi pusat bisnis dan investasi yang potensial

baik bagi investor domestik maupun dari luar negeri, khususnya bisnis restoran dan cafe.

Gambar 1.1.1 Jumlah Usaha Restoran di Indonesia Menurut Provinsi 2010



Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia(2010)

Pada tabel diatas menjelaskan tentang jumlah usaha restoran di Indonesia menurut provinsi pada tahun 2010. Pada tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jumlah usaha restoran di Provinsi DKI Jakarta lebih besar di bandingkan dengan Provinsi lainnya yakni sebesar 1359 restoran, sedangkan pada Provinsi Jawa barat sebesar 286 restoran, Jawa Timur sebesar 231 restoran, Bali sebesar 225 restoran dan Provinsi lainnya termasuk Sumatera Barat sebesar 815 restoran.

Walaupun usaha restoran dan cafe dianggap memiliki prospek yang cerah dimasa yang akan datang, karena pada dasarnya restoran dan cafe ini adalah kebutuhan pokok dari manusia. Tidak jarang, banyak restoran dan cafe yang bangkrut karena tidak dapat mengikuti persaingan yang begitu ketat. Bisnis restoran dan cafe sangat sensitif sekali dengan konsistensi rasa, kualitas,

pelayanan dan inovasi. Karena para konsumen pada umumnya menilai dan melihat dari ketiga konsep tersebut, sehingga seluruh pelaku bisnis yang bergerak di bidang restoran dan cafe harus memiliki strategi inovasi-inovasi yang jitu untuk dapat memenangkan persaingan dalam industri makanan dan minuman ini.

Pesatnya perkembangan bisnis restoran dan cafe di daerah-daerah Kota besar di Indonesia, ternyata sudah merambah ke Kota Padang. Kota Padang adalah salah satu Kota yang berada di Provinsi Sumatera Barat dengan tingkat pertumbuhan ekonomi meningkat rata-rata sebesar 0,2 % setiap tahunnya. (Sumber: Badan Pusat Statistik Sumatera Barat). Bisa dikatakan Perkembangan perekonomian di Kota Padang sampai pada saat ini telah berkembang kearah yang lebih baik, terutama di daerah Pasar Baru, Limau Manis Kecamatan Pauh Kota Padang. Pada daerah ini, sekarang telah mengalami pembangunan dan pertumbuhan yang sangat signifikan. Kondisi ini didukung juga oleh berdirinya kampus Universitas Andalas yang memiliki Mahasiswa  $\pm$  26.000 orang. Hal ini dilihat dari perkembangan dunia bisnis yang sangat pesat, dimana semakin banyak pelaku usaha yang membuka usaha baru dan mengembangkan usaha mereka. Tidak dipungkiri bahwa pada umumnya masyarakat di Kota Padang memiliki sifat konsumtif yang tinggi.

Usaha bisnis yang sangat berkembang dengan pesat adalah bisnis cafe atau yang lebih dikenal dengan tempat untuk makan dan minum sajian cepat saji dan menyuguhkan suasana santai atau tidak resmi. Cafe pada saat sekarang ini menjadi tempat favorit oleh kalangan muda untuk bersantai dan berkumpul. Tidak aneh, jika sepanjang jalan menuju kampus Universitas Andalas banyak

terlihat cafe-cafe dengan berbagai jenis bentuk, menu, fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan.

Kondisi persaingan di industri cafe ini sangat tinggi khususnya di daerah Pasar Baru kecamatan Pauh Limau Manih Padang. Bagaimana tidak, hampir disetiap pinggir jalan menuju ke kampus Unand telah banyak berdiri cafe-cafe dengan konsep yang berbeda. Karena para pemilik dan pengelola cafe sadar dengan target pasar yang akan dibidik tersebut sangat besar. Menurut data dari survei yang penulis lakukan pada tanggal 24 Desember 2016 jumlah cafe ukuran besar dan menengah yang ada di daerah Pasar Baru sampai dengan Kampus Universitas Andalas berjumlah 25 buah cafe dengan konsep dan inovasi yang sama dan ada juga yang berbeda.

Tabel 1.1.2 Jumlah Cafe Skala, Kecil, Menengah dan Besar pada Daerah Pasar Baru Sampai Limau Manis Universitas Andalas Padang

No	Nama Cafe	No	Nama Cafe
1	Cafe Jamsing	14	Dzaki Cafe
2	Fedro Cafe	15	Kumbuak Cafe
3	Shafa Cafe	16	Parewa Cafe
4	Pondok Bahagia	17	Shyntia Cafe
5	Ranah Cafe	18	Waroeng Ice Cream
6	Cafe Alvanza Food Court	19	Palanta Bambu
7	Angkringan Jogja Nusantara	20	Pondok Aciak Jaya
8	Prince Center Cafe	21	Ayam Ulek Tirta Sari
9	Ardelia Cafe	22	Badaso
10	Ramen Setan Family	23	XD House Cafe
11	Spass Box	24	Rubel's Cafe
12	Warung Family	25	Cafe Queen
13	Nineteen Cafe		

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jumlah cafe di daerah Pasar Baru sampai Kampus Universitas Andalas Limau manis Padang dengan skala

kecil, menengah, dan besar berjumlah 25 buah cafe dengan berbagai ragam bentuk dan inovasi.

Menurut Everett M. Rogers (1983) :

*“Inovasi yaitu sebuah ide, gagasan, praktek ataupun objek/benda yang disadari dan diterima yang sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang ataupun kelompok untuk diadopsi.”*

Inovasi menjadi suatu senjata yang harus disiapkan sejak awal jika ingin memenangkan petempuran di industri cafe dan memperoleh *competitive advantage*. Pada umumnya konsumen bersifat tidak langsung memberikan loyalitasnya kepada cafe yang mereka kunjungi, tetapi para konsumen tersebut hanya mencoba dan menilai bagaimana pelayanan, keunikan, dan kualitas dari cafe yang mereka coba tersebut. Apabila mereka telah menilai dan mencoba dari keseluruhan cafe yang ada, kesimpulannya konsumen akan mengetahui cafe mana yang memiliki keunggulan dari segala aspek dan konsumen cenderung memberikan loyalitasnya kepada cafe tersebut. Dengan hal tersebut, inovasi yang kreatif dan inovatif menjadi hal utama yang harus dipikirkan oleh pemilik dan pengelola cafe dalam bersaing di industri cafe.

Namun, diantara banyaknya cafe yang ada, hanya ada beberapa cafe saja yang menjadi pusat perhatian oleh konsumen terutama mahasiswa. Cafe tersebut adalah pertama, *Cafe Quenn* yang terletak di dalam kampus Universitas Andalas, tepatnya di sebelah gedung Pasca Sarjana Universitas Andalas. Kedua, *Cafe Alvanza Food Court* yang beralamat di Jalan Simpang Pasir No. 15 Kapalo Koto. Ketiga, *Shafa Cafe* yang beralamat di Jalan Muhammad Hatta No. 3 Pasar

Baru. Ketiga jenis cafe tersebut menjadi tempat favorit bagi konsumen khususnya mahasiswa untuk berkumpul dan bersantai bersama.

Ketiga jenis cafe tersebut memiliki konsep dan inovasi yang berbeda, masing-masing cafe memiliki ciri dan keunikan yang menjadi daya tarik bagi konsumen. Hal ini dapat dilihat dari konsep yang dipakai ketiga cafe yaitu, Shafa Cafe menggunakan konsep *engineering*, Sains, dan *Sporty* seperti yang terlihat pada interior cafe dengan adanya rumus-rumus Sains berbentuk jam di tembok interior cafe dan juga ada sepeda yang digantung, serta seperangkat alat Band. Sedangkan pada Cafe Queen menggunakan konsep Minang asli, Formal dan Santai dengan nuansa alam seperti yang terlihat pada ruangan interior cafe ada ruangan VVIP dan ada juga tempat makan di *outdoor* dengan pemandangan ke perbukitan. Sedangkan pada Cafe Alvanza Food Court menggunakan konsep lesehan yang sangat luas untuk belajar dan berkumpul dan dilengkapi dengan fasilitas infokus dan taman yang indah yang terdapat dibelakang. Ketiga jenis cafe ini dilihat dari perkembangan bisnisnya selama ini, pemilik dan pengelola cafe paham dan mengerti target pasar mereka yaitu mahasiswa. Sehingga pemilik dan pengelola cafe ini membuat konsep unik yang berbeda dengan yang lainnya.

Penelitian ini memaparkan fenomena bermunculnya bisnis cafe di daerah Pasar Baru, Limau Manis dan lingkungan kampus Universitas Andalas Padang, sehingga keadaan tersebut menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Cafe yang merupakan tempat bersantai ini sampai sekarang masih dapat mempertahankan eksistensinya dan terus melakukan pengembangan dan inovasi-inovasi untuk meningkatkan daya tarik konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Studi Eksplorasi Perilaku Inovatif Pemilik Dan Pengelola Cafe Dalam Pembentukan *Competitive Advantage* (Studi Kasus Pada *Cafe Queen, Shafa Cafe, dan Cafe Alvanza Food Court*)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis jelaskan diatas, maka penulis merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah “Bagaimana implementasi Perilaku Inovatif Pemilik Dan Pengelola Cafe Dalam Pembentukan *Competitive Advantage Cafe Queen, Shafa Mart, dan Cafe Alvanza Food Court* yang berada di daerah Limau Manis Kota Padang”.

## **1.3 Tujuan Penulisan**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa implementasi Perilaku Inovatif Pemilik Dan Pengelola Cafe Dalam Pembentukan *Competitive Advantage Pada Cafe Queen, Shafa Mart, dan Cafe Alvanza Food Court*.

## **1.4 Manfaat Penulisan**

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini memiliki manfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan para pembaca tentang implementasi perilaku inovatif individu di dalam suatu usaha bisnis untuk mencapai *competitive advantage* dan menjadi sumber informasi serta menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman bagi pelaku usaha bisnis dibidang bisnis cafe yaitu mengenai studi eksplorasi perilaku inovatif pemilik dan pengelola cafe di kota padang dalam pembentukan *competitive advantage* serta sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan kebijakan perusahaan selanjutnya.

#### 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup pada penelitian yang berjudul “Studi Eksplorasi Perilaku Inovatif Pemilik Dan Pengelola Cafe Dalam Pembentukan *Competitive Advantage* (Studi Kasus Pada *Cafe Queen, Shafa Cafe, dan Cafe Alvanza Food Court*)” ini terbagi menjadi dua, yaitu teoritis dan Praktis.

Secara teoritis, teori yang akan diuraikan pada penelitian ini adalah tentang perilaku inovatif individu dan juga *competitive advantage* atau lebih dikenal dengan bagaimana memperoleh keunggulan bersaing didalam suatu bisnis. Sedangkan secara praktis, penelitian ini meneliti tentang bisnis pada industri kuliner khususnya pada bisnis cafe di daerah Pasar Baru dan di lingkungan Universitas Andalas Limau Manis Padang.

#### 1.6 Sistematika Penulisan

Di dalam penelitian ini terdapat V Bab pembagian, Daftar Referensi/ Daftar Pustaka, Daftar Tabel, Daftar Gambar, Daftar Grafis dan Lampiran-lampiran. V Bab di dalam penelitian ini terdiri dari:

- **BAB I PENDAHULUAN**, terdiri dari: Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penulisan, Manfaat Penulisan, Ruang Lingkup Penelitian, dan Sistematika Penulisan.
- **BAB II TINJAUAN LITERATUR**, terdiri dari: Tinjauan Pustaka, Penelitian Terdahulu, dan Kerangka Pemikiran dan Proposisi Penelitian.
- **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**, terdiri dari: Desain Penelitian, Objek Penelitian, Definisi Operasional Konstruk, Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian, Metode Dan Tahapan Analisis Data.
- **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**, terdiri dari: Analisis Data, dan Pembahasan.
- **BAB V PENUTUP**, terdiri dari: Kesimpulan, Implikasi Penelitian, Keterbatasan Penelitian, dan Saran Penelitian.

