

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis Abad ke-21 sangat pesat dan mengalami perubahan yang sangat dinamis. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Persaingan bisnis dalam berbagai bidang semakin meningkat, setiap pelaku bisnis ingin usahanya menjadi yang terbaik diantara perusahaan-perusahaan yang lain. Para manajer berlomba lomba menciptakan strategi yang efektif agar bisa *survive* dalam persaingan dan dapat menjadi yang terbaik.

Pada saat ini telah terjadi pergeseran pola hidup dimasyarakat, dimana mereka sudah lebih terbuka dan terbiasa untuk makan diluar rumah karena selain efisien juga dapat dijadikan sebagai sarana refreshing, baik bersama keluarga maupun kerabat. Hal ini menjadikan. Bisnis makanan dan minuman menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati oleh para pelaku bisnis, karena selain dapat menghasilkan keuntungan yang tinggi, makanan merupakan kebutuhan pokok masyarakat.

Salah satu daerah di Provinsi Sumatera Barat yang saat ini usaha makanan dan minumannya memiliki persaingan yang kompetitif adalah Kota Payakumbuh. Kota Payakumbuh memiliki beragam jenis makanan khas dan wilayah yang sangat strategis bagi usaha kategori Rumah Makan, Kafe, dan Restoran. Tabel 1.1

dibawah ini menunjukkan data perkembangan jumlah usaha kategori Rumah Makan, Kafe, dan Restoran di Kota Payakumbuh tahun 2013-2017.

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Usaha Kategori Rumah Makan, Kafe, dan Restoran di Kota Payakumbuh Tahun 2013-2017

No.	Tahun	Jumlah Total Seluruh Usaha Kategori Rumah Makan, Kafe, dan Restoran Di Kota Payakumbuh (Unit)
1.	2013	94
2.	2014	113
3.	2015	143
4.	2016	169
5.	2017	178

Sumber : Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kota Payakumbuh, 2017

Berdasarkan Tabel diatas, terlihat perkembangan jumlah usaha kategori rumah makan, kafe, dan restoran di Kota Payakumbuh mengalami peningkatan setiap tahunnya. Peningkatan jumlah jenis usaha kategori rumah makan, kafe, dan restoran ini menunjukkan bahwa persaingan kuliner di Kota Payakumbuh semakin ketat. Oleh karena itu, diperlukan inovasi untuk membuat konsumen tetap tertarik dan menjadi loyal pada akhirnya. Salah satu usaha yang dapat dilakukan adalah menciptakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Salah satu konsep pemasaran yang dapat digunakan untuk mempengaruhi emosi konsumen adalah melalui *Experiential Marketing*, yaitu suatu konsep pemasaran yang tidak hanya sekedar memberikan informasi dan peluang pada konsumen untuk memperoleh pengalaman atas keuntungan yang didapat tetapi juga membangkitkan emosi dan perasaan yang berdampak terhadap pemasaran, khususnya penjualan (Andreani, 2007).

Salah satu kafe di kota Payakumbuh yang telah menerapkan konsep *Experiential Marketing* adalah Tara Pool & Cafe, lokasinya pun sangat strategis, yaitu berada di jalan Soekarno-Hatta, Koto Nan 4 Kota Payakumbuh, dan menurut situs TripAdvisor pada tahun 2018, Tara Pool & Cafe Payakumbuh adalah usaha jenis kafe teratas di kota Payakumbuh, dan menempati posisi ke 6 dari 10 besar usaha terbaik kategori rumah makan, kafe, dan restoran di kota Payakumbuh.

Tabel 1.2
10 Usaha Terbaik Kategori Rumah Makan, Kafe, dan Restoran
di Kota Payakumbuh Tahun 2018

No	Nama Usaha	Kategori
1	Pongek "OR" Situjuah	Rumah Makan
2	Sate Pondok Danguang-Danguang Asli	Rumah Makan
3	Restaurant Minang Asli	Restaurant
4	Rumah Makan Asia Baru	Rumah Makan
5	Rumah Makan Nasi Goreng Bang Totok	Rumah Makan
6	Tara Pool & Cafe	Cafe
7	Texas Chiken	Restaurant
8	Bubur Ayam Jakarta	Rumah Makan
9	Kopmil Ijo	Cafe
10	Bebek Goreng Abah Atika	Rumah Makan

Sumber : (TripAdvisor), 2018.

Konsep *Experiential Marketing* yang dihadirkan oleh Tara Pool & Cafe, adalah sebuah pengalaman unik dan menarik bagi para pelanggan. Pengunjung yang datang kesini tidak hanya datang untuk makan dan minum saja, namun selain itu pengunjung juga dapat menyaksikan *live music* yang dimainkan oleh berbagai band terkenal yang berasal dari Sumatera Barat, pengunjung juga diperbolehkan untuk *me-request* judul lagu maupun bernyanyi.

Dari segi pelayanan, seluruh pelayan yang bekerja di Tara Pool & Cafe berpakaian seragam, sopan, rapi, dan dari segi tempat makan Tara Pool & Cafe memiliki 4 konsep tempat makan yang unik, yaitu:

1. Konsep *indoor*, dengan pencahayaan yang terang, konsep ini menyesuaikan dengan kebutuhan pengunjung yang sudah dewasa dan berkeluarga.
2. Konsep *outdoor*, dengan caya tidak terlalu terang dengan suasana taman dan lebih dekat dengan panggung musik, konsep ini sengaja didesain bagi pengunjung tingkat remaja.
3. Konsep lesehan, dengan kapasitas tempat duduk yang lebih banyak.
4. Konsep ruang makan disekitar kolam renang yang *instagramable*.

Dari segi tempat parkir, Tara Pool & Cafe memiliki lahan parkir yang cukup luas dengan satu orang petugas parkir yang siap mengarahkan dan menjaga kendaraan pengunjung.

Namun dibalik keberhasilan Tara Pool & Cafe menerapkan konsep *Experiential Marketing*, ternyata masih belum sepenuhnya berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan, meskipun semua fasilitas pendukung telah diberikan. Saat ini mulai sering terdengar kritikan dari pengunjung di Tara Pool & Cafe yang menyebutkan desain *layout* di Tara Pool & Cafe kurang menarik, kualitas pelayanan yang masih kurang memuaskan dan tidak adanya kedekatan emosional antara karyawan Tara Pool & Cafe dengan pelanggan.

Maka dari permasalahan itu peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Tara Pool & Cafe Payakumbuh**”.

1.2 Rumusan Masalah

Experiential Marketing merupakan salah satu bentuk perkembangan pemasaran yang diharapkan dapat menjembatani antara dunia akademis dan praktek. Inti dari *Experiential Marketing* adalah membangun hubungan yang langgeng dengan pengunjung atau loyalitas pengunjung. Hal ini juga diperkuat menurut pendapat (Schmitt, 2010) dimana *Experiential Marketing* dapat dihadirkan melalui lima unsur yaitu *sense, feel, think, act, dan relate*.

Bedasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *sense* terhadap loyalitas Pelanggan Tara Pool & Cafe di Kota Payakumbuh?
2. Bagaimana pengaruh *feel* terhadap loyalitas Pelanggan Tara Pool & Cafe di Kota Payakumbuh?
3. Bagaimana pengaruh *think* terhadap loyalitas Pelanggan Tara Pool & Cafe di Kota Payakumbuh?
4. Bagaimana pengaruh *act* terhadap loyalitas Pelanggan Tara Pool & Cafe di Kota Payakumbuh?
5. Bagaimana pengaruh *relate* terhadap loyalitas Pelanggan Tara Pool & Cafe di Kota Payakumbuh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh *sense* terhadap loyalitas Pelanggan Tara Pool & Cafe di Kota Payakumbuh.
2. Menganalisis pengaruh *feel* terhadap loyalitas Pelanggan Tara Pool & Cafe di Kota Payakumbuh.
3. Menganalisis pengaruh *think* terhadap loyalitas Pelanggan Tara Pool & Cafe di Kota Payakumbuh.
4. Menganalisis pengaruh *act* terhadap loyalitas Pelanggan Tara Pool & Cafe di Kota Payakumbuh.
5. Menganalisis pengaruh *relate* terhadap loyalitas Pelanggan Tara Pool & Cafe di Payakumbuh.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademis yaitu menambah wawasan, dan pengetahuan untuk penulis, selain itu penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya.
2. Manfaat Praktis yaitu penelitian ini dapat berguna sebagai acuan masyarakat untuk mengetahui sebuah kafe yang baik, dan bagi Perusahaan penelitian ini berguna sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumennya,

serta untuk mengembangkan konsep *Experiential Marketing* yang telah diterapkan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika yang digunakan dalam menyusun penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bab I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan latar belakang penelitian, dari latar belakang yang diuraikan maka diperoleh rumusan masalah yang menjadi fokus dalam penelitian. Berdasarkan rumusan masalah maka diperoleh tujuan dan manfaat dari penelitian. Pada akhir bab ini akan dijelaskan sistematika penulisan.

Bab II : TINJAUAN PUSTAKA

Menguraikan teori-teori dan penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai landasan dalam melakukan penelitian. Dari landasan teori dan penelitian terdahulu tersebut maka di dapat kerangka pemikiran konseptual. Diakhir bab ini terdapat hipotesis penelitian.

Bab III : METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

Bab IV : PENEMUAN DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang hasil dan pembahasan berisi gambaran umum objek penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V : KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

Dalam bab ini memuat hasil dan pembahasan dari analisa data yang telah diteliti serta merumuskan kebijakan apa yang perlu dan bisa diambil dalam penelitian ini.

