

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman globalisasi masa kini, terutama di Indonesia, para pengusaha terus mengembangkan dan memperluas bisnis mereka. Salah satu bisnis yang sedang berkembang pesat di Indonesia adalah bisnis kafe. Pertumbuhan bisnis kafe saat ini didorong oleh inovasi dan kreativitas dalam penyajian, serta tersedianya infrastruktur pendukung yang memungkinkan berbagai jenis kafe semakin diminati oleh masyarakat (Fatmawaty & Halim, 2024).

Seiring dengan perkembangan gaya hidup yang semakin modern, perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian suatu produk juga ikut beragam. Untuk itu produsen juga harus berupaya untuk memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pasar sasaran. Oleh karena itu para produsen harus mampu menarik perhatian dari para konsumen agar membeli produk yang ditawarkan. Dengan semakin banyak usaha dibidang kuliner, maka persaingan dalam mendapatkan perhatian konsumen juga semakin ketat (Sulistiono et al., 2022).

Dengan hadirnya para pebisnis dan investor yang terus menerus membangun dunia bisnis yang sedang trend saat ini (Sompie et al., 2022). Mulai dari bisnis di bidang industri, transportasi hingga kuliner yang terus berkembang dari waktu ke waktu. Bisnis pada zaman modern ini dipengaruhi oleh gaya hidup masyarakat yang kebanyakan ingin menghabiskan waktu bersantai menikmati sebuah makanan dan minuman yang sedang populer dan juga merupakan suatu

kebutuhan bagi masyarakat adalah sebuah bisnis kuliner. Bisnis kuliner yang paling menjadi favorit dan sedang trend saat ini adalah bisnis seperti kafe (Rahayu Sari & Nursanta, 2023).

Cafe adalah tempat yang lebih dari sekadar menyajikan makanan dan minuman. Sebagai bagian dari budaya kota, cafe sering kali menjadi titik pertemuan bagi beragam individu yang mencari tempat untuk bersantai, berbincang santai, atau bahkan untuk bekerja. Dengan pelayanan yang ramah dan suasana yang nyaman, cafe menciptakan lingkungan yang mengundang untuk dinikmati dalam waktu luang. Selain menyajikan minuman kopi dan non-kopi, cafe juga menawarkan berbagai macam hidangan ringan atau snack yang cocok dinikmati bersama dengan minuman. Indonesia sendiri memiliki beragam cafe yang tersebar di berbagai kota dan daerah, masing-masing menawarkan keunikan dan keunggulan yang berbeda (Sudita & Kasmad, 2023). Salah satu contohnya adalah bisnis Cafe Rumakadua.

Penelitian ini dilakukan pada cafe Rumakadua, setelah peneliti melakukan observasi dan menanyakan langsung kepada pemilik coffee, disini mereka menyatakan fenomena yang terjadi adalah menurunnya pendapatan dari cafe Rumakadua.

Tabel 1.1 Fluktuasi Pendapatan Cafe Rumakadua

Bulan	Tahun	Pendapatan	Keterangan
Juli	2023	Rp. 32.394.700	-
Agustus	2023	Rp. 40.750.554	Meningkat
September	2023	Rp. 46.953.196	Meningkat
Oktober	2023	Rp. 34.215.566	Menurun
November	2023	Rp. 25.811.670	Menurun
Desember	2023	Rp. 22.929.409	Menurun
Januari	2024	Rp. 23.728.213	Meningkat

Sumber: Hasil observasi dari objek penelitian 2024

Penurunan pendapatan ini sangat berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen. Artinya jika pendapatan menurun tentunya disebabkan oleh keputusan pembelian konsumen yang juga menurun.

Menurut (Hodijah et al., 2023) keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen yang akan menentukan konsumen dalam menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembeliannya, proses tersebut merupakan sebuah pendekatan atas penyesuaian masalah yang terdiri dari lima tahapan yang dilakukan konsumen, kelima tahap tersebut adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, membuat keputusan, dan perilaku pasca pembelian.

Pemasaran di media sosial merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, di mana pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan berkomunikasi dengan orang-orang di seluruh dunia tanpa adanya batasan geografis. Media sosial telah menjadi bagian penting dari strategi penjualan, pelayanan, komunikasi, dan pemasaran yang holistik, yang merefleksikan dan menyesuaikan diri dengan pasar dan preferensi pengguna secara real-time (Upadana & Pramudana, 2020).

Faktor lain yang juga mempengaruhi keputusan pembelian adalah ragam variasi menu dari sebuah cafe. Keberagaman menu yang ditawarkan

memungkinkan cafe untuk menarik perhatian lebih banyak konsumen. Namun, terdapat tantangan tersendiri terkait dengan manajemen stok bahan makanan saat cafe sedang ramai. Terkadang, beberapa bahan makanan yang menjadi menu rekomendasi atau best seller di cafe bisa habis saat stok sedang menipis. Ketika konsumen mengetahui bahwa menu yang mereka inginkan sedang tidak tersedia, mereka mungkin memilih untuk tidak makan di cafe tersebut (Aprileny et al., 2022). Dengan demikian, memiliki variasi menu yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan pasar adalah langkah strategis yang dapat meningkatkan daya tarik dan kepuasan pelanggan dalam bisnis kuliner. Untuk meningkatkan daya tarik pelanggan, cafe Rumakadua menawarkan menu yang lebih bervariasi dari cafe lain yang juga menonjolkan suasana rumahan sebagai ciri khasnya. Berikut merupakan perbandingan daftar menu dari cafe Rumakadua dan cafe lain yang serupa yaitu cafe Garasi Morasa dan Cafe Dap.

Gambar 1.1 Daftar menu Rumakadua

MENU		
KOPI		
Butter Scotch 26		Moccacino 25
Kopi Susu Panas 22		Cappucino Panas 21
Kopi Susu Dingin 23		Cappucino Dingin 22
Salted Caramel 26		Bonbon 20
Matcha Latte 27		Americano 19
Pandan 26		Japanese 23
Hazelnut 26		Vietnam Drip 23
Coconut 23		V60 23
Kopi Gula Aren 26		
Kopi Ha-Na 25		
BUKAN KOPI TAPI MANIS		
TEH		
Java Tea Rumakadua 21		Lemon Tea 19
Lychee Tea 18		Strawberry Tea 19
MOCKTAIL		
Cocomon 26		Pink Drink 22
Blauw 23		Green Soda 20
Virgin Lychee 20		Lemon Drop 23
BASIC		
Matcha 26		Chocolate 24
Sunny Taro 24		Red Velvet 24
MIX		
Regal Irish 27		Pink Summer 25
Oreo Brulle 26		
KOEDAPAN ASIN		
Dimsum Ayam Kukus 18		
Dimsum Ayam Goreng 18		
Kentang Goreng 15		
Pisang Tumbu 5		
KOEDAPAN MANIS		
Donat Babadontot 5		
Cake Red Velvet 15		
Cokelat Nagih 10		
Rainbow Cake 13		
Brownies Vla Buah 10		
MENOE KENYANG		
Crispy Chicken Steak 23		
Nasi Ayam Geprek 23		
Bakso Rumahan 23		
Nasi Goreng 23		
EXTRA		
Air Mineral 4		
Nasi Putih 5		
Package 3		

Gambar 1.2 Daftar menu Garasi Morasa Gambar 1.3 Daftar menu Dap

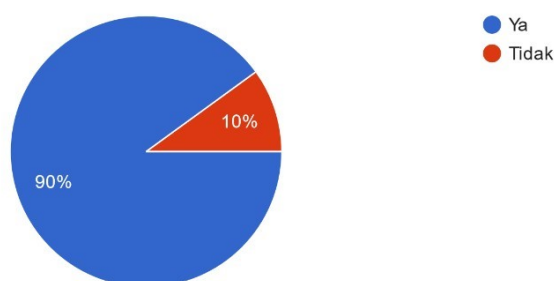
			MAKANAN	
SIGNATURE			Ayam Geprek	28K
Morasa Coffee			Ayam Pop Sambal Matah	25K
Morasa Pandan			Sate Taichan	25K
Vanilla Lychee			Kulit Ayam Sambal Matah	25K
Strawberry Monster			Nasi Goreng Taichan	25K
COFFEE			Nasi Goreng Kulit	30K
Espresso			Nasi Goreng Telur	20K
V60/Japannish			Nasi Goreng Gila	30K
Americano			Nasi Gila	25K
Frappuccino			Mie Gordap	20K
Cappuccino			Telur Geprek	20K
Cafelatte			Crispy Chicken Steak	35K
Macchiato			Original Chicken Steak	35K
Brown Sugar Coffee			Chicken Blackpapper	30K
NON COFFEE			Crispy Chicken Burger	25K
Lemon Tea Hot			CEMILAN	
Lemon Tea Ice			Kentang Goreng	15K
Coklat			Martabak Tahlor	20K
Coklat Caramel,			Tahu Krispi	10K
vanilla,Banana,			MINUMAN	
hazelnut, Tiramisu			Alpukat	15K
Cookies Cream			Mangga	15K
Lechee Tea			Apel	15K
Molito Mint			Semangka	15K
Bubblegum			Sirsak	15K
Morasa Strawberry			Nanas	15K
SNACK			Buah Naga	15K
Kentang Goreng			Buah Naga Sirsak	20K
Kentang Sosis			Buah Naga Apel	20K
singkong Goreng			Alpukat Coklat	20K
FOOD			Greenday	15K
Ayam Goreng Morasa			Es Buah Jakarta	15K
Nasi goreng Ayam			S-Teh	7K/10K
Ikan Fufu Garo Rica			S-Jeruk	10K
Indomie Goreng			S-Milo Dino	15K
Supermie Kuah			Syrup Nanas	13K
Tuna Bakar/goreng			Milk Shake c/v/s	15K
TAMBAHAN LAIN			Telur Mata Sapi / Dadar	5K
			Nasi Putih	5K

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Harga adalah elemen penting dari bauran pemasaran yang berkontribusi pada pendapatan perusahaan; oleh karena itu, penetapan harga sangat menentukan dalam strategi pemasaran suatu produk. Selain berdampak pada perilaku konsumen, harga juga memengaruhi kemampuan perusahaan untuk bertahan dalam persaingan yang ketat (Hidayat Susilowati & Camelia Utari, 2022).

Cafe Rumakadua adalah contoh cafe yang menonjolkan suasana rumahan sebagai ciri khasnya. Beroperasi di daerah Ternate, cafe ini terus berusaha meningkatkan keputusan pembelian dari waktu ke waktu melalui strategi-strategi yang mendukung usahanya. Di tengah persaingan yang semakin ketat di antara pelaku bisnis sejenis, cafe ini perlu menentukan dan menerapkan strategi bersaing dengan langkah yang dinamis namun tetap berhati-hati. Dengan demikian, keberhasilan cafe seperti Rumakadua dalam mempertahankan pangsa pasarnya mengilustrasikan pentingnya adaptasi dan inovasi dalam menghadapi persaingan bisnis yang sengit.

Gambar 1.4 Persepsi Responden Mengenai Social Media Cafe Rumakadua

Saya dapat berinteraksi dengan admin melalui Social Media cafe Rumakadua
30 responses

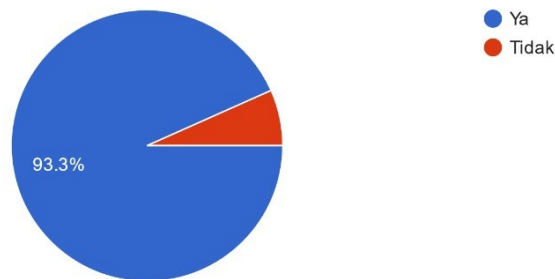


Sumber: Mini Riset, 2024

Berdasarkan Gambar 1.1 hasil mini riset dibagikan kepada 30 responden yang melakukan pembelian ke cafe Rumakadua, diketahui bahwa sebesar 90% atau 27 orang menyatakan Ya bahwa mereka dapat berinteraksi dengan admin social media cafe Rumakadua, sedangkan sisanya 10% atau 3 orang yang menyatakan Tidak.

Gambar 1.5 Persepsi Responden Mengenai Menu Pada Cafe Rumakadua

Cafe Rumakadua memiliki banyak pilihan menu makanan yang disajikan
30 responses



Sumber: Mini Riset, 2024

Berdasarkan Gambar 1.2 hasil mini riset dibagikan kepada 30 responden yang melakukan pembelian ke cafe Rumakadua, diketahui bahwa sebesar 93,3% atau 28 orang menyatakan Ya bahwa Rumakadua memiliki banyak pilihan menu makanan yang disajikan, sedangkan sisanya 6,7% atau 2 orang yang menyatakan Tidak.

Gambar 1.6 Persepsi Responden Mengenai Harga Pada Cafe Rumakadua



Sumber: Mini Riset, 2024

Berdasarkan Gambar 1.3 hasil mini riset dibagikan kepada 30 responden yang melakukan pembelian pada cafe Rumakadua, diketahui bahwa sebesar 93,3% atau 28 orang menyatakan Ya bahwa harga Rumakadua lebih murah dibandingkan caffe lain, sedangkan sisanya 6,7% atau 2 orang yang menyatakan Tidak.

Selain dari fenomena yang terjadi diatas masalah ini yang dihadapi dalam penelitian ini dapat dilihat dari kesenjangan atau perbedaan hasil penelitian (research gap). Menurut hasil penelitian oleh (Putri & Sukma, 2023) menyatakan bahwa Social Media Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Hasil yang sama juga terlihat pada penelitian Juliana (2021) menyatakan bahwa social media marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian, sedangkan hasil berbeda ditunjukkan penelitian oleh (Shofiyah Khairunnisa, 2022) yang hasilnya Sosial media marketing memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Pada penelitian (Gumelar et al., n.d.) menunjukkan bahwa Hasil penelitian menemukan variasi menu dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil yang sama juga terlihat pada penelitian (Camelia &

Suryoko, 2017) menyatakan bahwa variasi menu dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Sedangkan (Rumagit et al., 2023) menunjukkan bahwa variasi menu memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Begitupun dengan penelitian (Nasution et al., 2019) yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di atas dan adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Social Media Marketing, Variasi Menu dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Rumakadua”**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dijadikan objek dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah social media marketing berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada cafe Rumakadua?
2. Apakah variasi menu berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada cafe Rumakadua?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada cafe Rumakadua?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah social media marketing berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada cafe Rumakadua?
2. Untuk mengetahui apakah variasi menu berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada cafe Rumakadua?
3. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada cafe Rumakadua?

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, manfaat yang diharapkan:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan acuan bagi siapa pun yang ingin melakukan penelitian dengan tema yang sama atau berbeda.
2. Penelitian ini diharapkan dapat membuka wawasan terhadap pengembangan pengetahuan.