



STRATEGI DALAM MENGEMBANGKAN CAFE & RESTO RADI BUMA
DI BATURAJA OKU

Resi Rayuni ¹⁾; Ragil Kresnawati ²⁾

¹⁾ Study Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu

²⁾ Department Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ resi.rayuni@gmail.com; ²⁾ ragilkresnawati@unived.ac.id

Abstrak (Abstract)

Bisnis cafe saat ini semakin berkembang ditengah masyarakat, dimana café kini telah bertransformasi menjadi bagian dari kebiasaan ataupun bagian dari suatu gaya hidup kelompok individu. Di Kota Baturaja OKU, perkembangan bisnis Café semakin meningkat pesat. Persaingan antara pelaku bisnis café pun tidak dapat dihindari, salah satu bentuk persaingan adalah dalam bentuk penggunaan strateginya seperti Produk, Pelayanan, Tempat, Harga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh pemilik café Radi Buma dalam Mengembangkan usahanya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun Teknik analisis datanya yaitu menggunakan analisis data kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bagaimana strategi pemasaran yang di gunakan oleh pelaku usaha dalam meningkatkan jumlah pengunjung, persaingan mengenai produk, para pemilik café memahami secara mendetail setiap produk yang mereka miliki. Persaingan harga yang terjadi pada pemilik bisnis café adalah hal yang wajar terjadi.

Kata kunci (Keywords): Strategi, Pemasaran, bisnis, Cafe, Resto

Pendahuluan

Bisnis Café dan resto di Indonesia saat ini khususnya dikota-kota besar semakin berkembang dengan pesat, banyak bermunculan wirausahawan yang membuka usaha coffee, cafe dan resto dengan berbagai konsep atau ide-ide yang dibuat untuk memikat pelanggan dari berbagai kalangan, selain itu beberapa lokasi dikota kecil bahkan juga banyak bermunculan café dan resto, ini tidak terlepas dari dukungan pemerintah setempat yang mempermudah perizinan mendirikan usaha. Menurut Ira (2022) industri cafe merupakan salah satu jenis usaha yang cepat menyebar seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang berkembang pesat. Café dan resto yaitu suatu tempat yang identik dengan meja-meja dan kursi yang tertata rapi dan juga sofa yang nyaman, menjual aneka varian kopi dan makanan berat dan makanan kecil disertai alunan musik dan suasana nyaman yang dapat dirasakan oleh konsumen. Sedangkan menurut Plando (2022) Cafe dikategorikan kedalam restoran yang informal dan biasanya buka sampai larut malam bahkan ada yang 24jam dan sering kita temukan di tengah kota atau ditempat yang padat penduduk, Dengan berkembang pesatnya bisnis café dan resto diberbagai wilayah Indonesia, ketika banyak bermunculan café dan resto baru, ini akan mengakibatkan tingginya tingkat persaingan.

Café dan resto yang tidak kuat akan dengan mudah dikalahkan oleh pesaingnya. Dilihat dari sisi konsumen saat ini, mereka memiliki banyak alternatif varian dan lebih selektif dalam memilih café dan resto yang akan dikunjungi. Ketika konsumen menganggap suatu café dan

resto tidak memuaskan, maka café dan resto tersebut akan sangat mudah untuk ditinggalkan. Selain itu perkembangan bisnis cafe yang ada di Indonesia, ini diakui oleh Asosiasi Pengusaha Cafe dan Restoran Indonesia (APKRINDO) pertumbuhan cafee dan resto saat ini tubuh dengan pesat disetiap kota seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat, menjadikan persaingan cafe dan resto sangat ketat perlu diimbangi dengan inovasi agar mampu menarik pengunjung. Menurut Chasa (2022) dalam mengunjungi café dan resto, konsumen tidak hanya mencari produk saja berupa makanan dan minuman, tapi juga menginginkan pengalaman yang berbeda. Sehingga pelaku bisnis harus mampu memberikan pengalaman tersebut dengan cara menerapkan strategi pemasaran. Dimana mereka harus mampu memberikan sensasi dan menyentuh emosi dari konsumen.

Salah satu cafe yang ada di Kabupaten OKU adalah Café Radi Buma yang beralamat di Jalan Jenderal Ahmad Yani, Tanjung Baru, Kec. Baturaja Timur, Kabupaten OKU Sumatera Selatan. Pemilik usaha Café & Resto Radi Buma ini bernama Elan Bahri, dan membangun café&resto Radi Buma di atas lahan seluas lebih kurang Dua Hektar, dibangun dengan konsep alam yang terlihat pohon-pohon besar terawat dan tertata sehingga pengunjung merasakan keasrian nya. Uniknya dari Radi Buma adalah cafe tersebut mampu bertahan hingga saat ini meskipun banyak pesaing yang bermunculan, tidak sedikit cafe di Kabupaten OKU yang gulung tikar dikarenakan tidak mampu menandingi cafe yang lain.

tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) Untuk menganalisis strategi pemasaran café&resto Radi Buma (2) Untuk menganalisis persamaan dan perbedaan dalam strategi pemasaran café&resto radibuma dengan cafee, café & resto lain. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bagaimana strategi pemasaran yang di gunakan oleh pelaku usaha dalam meningkatkan jumlah pengunjung, persaingan mengenai produk, para pemilik café memahami secara mendetail setiap produk yang mereka miliki.

Metode penelitian

Metode Penelitian dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Tujuan penelitian deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi atau situasi dan fenomena yang timbul di masyarakat yang menjadi obyek penelitian yaitu café & resto Radi buma. Ruang lingkup pada penelitian ini adalah pertama strategi pemasaran café radi buma. dan lokasi penelitian di café radi buma. Dalam penentuan informan yang digunakan dalam penelitian ini ada lima kriteria yang diberikan. Pertama relevance yaitu pemilihan informan pada penelitian haruslah informan yang berhubungan atau memahami masalah terkait dalam penelitian. Kedua Recommendation adalah informasi yang dipilih berdasarkan rekomendasi dari orang-orang terpercaya atau berhubungan langsung dengan penelitian. Ketiga rapport adalah kehadiran peneliti berperan penting dalam menggali informasi secara mendalam. Keempat readiness yaitu peneliti memastikan informan yang dipilih benar-benar siap untuk diwawancarai. Terakhir reassurance adalah informan harus menyampaikan informasi sesuai dengan kenyataan atau kebenaran.

Berdasarkan kriteria-kriteria tersebut terdapat ada tiga orang yang dijadikan informan pada penelitian ini yaitu penilik cafe, pelayan cafe. Prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara menggunakan audio rekaman, observasi atau pengamatan langsung pada sistem online maupun offline dan dokumentasi berupa foto.

Teknik keabsahan data pada penelitian ada empat yaitu perpanjangan penelitian, ketekunan pengamatan, triangulasi pengumpulan data dan penggunaan bahan referensi. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan

Hasil dan pembahasan

Selain dari Keunikan interior dan semua asilitas yg ada radi buma juga menawarkan menu makanan dengan harga yang sangat terjangkau sehingga pwnjung tidak merasa kemahalan dengan harga menu yang ada, hal ini dilakukan sesuai dengan permintaan dari para pelanggan untuk agar pelnggan tidak berpindah ke café lain. Adapun keuntungan dalam bisnis cafe ini adalah adalah bisa berinteraksi langsung pada konsumen atau pelanggan sehingga dapat membangun hubungan yang erat dengan pelanggan dan mendapatkan kepercayaan yang mudah karena adanya cafe dan produk secara nyata atau terlihat.ah keterbatasan dalam melakukan pemasaran karena sasaran pemasaran tidak luas yang terkendala dengan batas wilayah lokasi tersebut. Para konsumen dapat langsung menuju café radi buma untuk menikmati sajian cafe sesuai dengan seleranya. Menu yang ditawarkan mengikuti menu kekinian untuk memenuhi kebutuhan konsumen, harga menu cukup terbilang murah di bandingkan dengan harga menu di daerah café lain. Selain dari harga yang terjangkau, promosi di social media juga dilakukan untuk memperluas pengetahuan masyarakat terhadap café radi buma. Analisis Kondisi Persaingan café radi buma dengan pesaing. Dalam menghadapi persaingan, café Radi buma menerapkan beberapa strategi pada café radibuma. Strategi yang diterapkan yaitu dengan memberikan harga menu yang tidak tergolong mahal , selain itu café radi buma juga memberikan fasilitas wifi, live music, karaoke , dan layar proyektor . Strategi yang terakhir adalah beragam atau bevariasinya menu yang di tawarkan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa : (1) Dalam menghadapi persaingan, Café radi buma menerapkan beberapa strategi café radibuma. Pertama yaitu menerapkan strategi harga dengan memberikan harga yang tidak mahal kepada konsumennya. Kedua memberikan promosi di sosmet atau aplikasi dengan membuat gambar yang menarik beserta keterangan informasi. Dan memberikan fasilitas yang mungkin tidak di berikan oleh café lain seperti wifi, proyektor, live music dan karaoke. Strategi yang terakhir adalah beragam atau bervariasinya menu yang ditawarkan. (2) Sesuai dengan keinginan dan pilihan konsumen memberikan strategi khusus yang dilakukan oleh café radi buma.

Strategi khusus yang diterapkan oleh café radi buma yaitu dengan adanya live music dan proyektor, pengunjung bisa menikmati nlive music dengan sambil menonton bola bareng. Dengan penerapan strategi pemasaran yang dijelaskan diatas, Radi buma tidak pernah sepi dari pengunjung, apa lagi saat ini ada pertandingan Bola Dunia sehingga pengunjung akan lebih tertarik untuk memilih Radi buma untuk mereka kunjungi, pengunjung akan merasa terpuaskan oleh pelayanan dan fasilitas yang di berikan oleh Café radi Buma.

REFERENSI

- Angipora, M.P. 2010. Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Kedua, Cetakan. Kedua. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Christiani, S. S. 2009. Penerapan Bauran Pemasaran pada Toko Pakaian Anugerah I di Mojosongo Surakarta. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta,
http://eprints.uns.ac.id/8660/1/16_2832708201005381.pdf. Diunduh 04 April 2018.
- Hassan, A. 2013. Marketing dan KasusKasus Pilihan. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CAPS .

