

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi yang begitu maju saat ini membuat perkembangan bisnis begitu pesat. Kondisi ini menjadikan sektor bisnis mengalami transformasi signifikan terutama dalam bidang industri jasa. Bisnis tidak lagi hanya berfokus pada sebuah produk melainkan juga pada kualitas pelayanan dan juga pengalaman pelanggan, industri jasa seperti restoran, kafe, hotel, dan juga lain-lain. Menurut ASEAN Investment Report (2022), Indonesia mempunyai sektor usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM) paling besar di wilayah ASEAN, sesuai catatan tersebut diketahui total UMKM di Indonesia menyentuh angka 65,46 juta di tahun 2021¹.

Industri *food and beverage* adalah sektor yang merujuk sektor yang terlibat dalam pengeluaran, penyediaan, dan pengedaran produk makanan dan minuman kepada pengguna. Setiap tahun salah satu sektor industri di Indonesia yang mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan adalah industri pelayanan makanan dan minuman². Pada Tahun 2022 bisnis pelayanan makanan serta minuman merupakan kesatuan yang terhubung dan

¹ Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, "Perkembangan Industri Makanan dan Minuman di Indonesia," Laporan Tahunan Kemenprin, 2022.

² Della Maghfira Napu "Pengantar Bisnis Pariwisata: Perhotelan, food and beverage servis.

saling terkait pada semua aspek tahap bisnis makanan dan minuman yang meliputi cara untuk memesan, mengirim bahan mentah atau jadi dan menyuguhkannya hingga customer bisa menikmati. Di dalam klasifikasi perusahaan yang bergerak di bidang makanan serta minuman merupakan titik baru bisnis yang menjadikan makanan dan minuman sebagai corbisnis utamanya, jenis didalamnya diantaranya kafe, kedai, restoran serta yang lain-lain.

Café adalah salah satu bagian dari industri *food and beverage (F&b)* telah berkembang pesat di berbagai kota Indonesia, termasuk dikalangan anak muda dan juga para pekerja urban. Hadirnya *cafe* tidak sekedar menjadi tempat untuk makan serta minum, namun bisa digunakan sebagai ruang bersosialisasi, bekerja, bahkan tempat mencari hiburan. Maka dari itu suasana dan kualitas pelayanan pada *cafe* adalah dua faktor utama demi menarik perhatian konsumen³.

Kualitas pelayanan mencerminkan seberapa baik penyedia jasa mampu maupun bahkan bisa melebihi harapan yang dikehendaki pelanggan. Pelayanan yang cepat dan tepat serta profesional dapat memberikan kesan yang positif kepada pelanggan untuk berkunjung kembali. Kualitas pelayanan menjadi ukuran atau tingkat di mana pelayanan yang sudah disajikan dari sebuah perusahaan atau organisasi bisa sesuai maupun melampaui harapan dari

³ Ibid

pelanggannya. Cakupan dari kualitas pelayanan ini meliputi beragam aspek diantaranya keandalan, empati, tanggapan, jaminan serta bukti fisik⁴.

Suasana *cafe* ini diartikan sebagai gabungan seluruh karakteristik fisik toko diantaranya mencakup tata letak, arsitektur, warna, pencahayaan temperatur dan musik yang kesemuanya bisa menjadikan citra di benak pelanggan. Sesuai penjabaran menurut ahli di atas dapat ditarik sebuah kesimpulan jika definisi suasana *cafe* yaitu semua hal yang berwujud baik itu visual atau nonvisual yang ditunjukkan secara sengaja demi menarik perhatian pelanggan agar bertransaksi di sebuah cafe untuk menambah pengalaman mereka serta menarik minat mereka untuk kembali lagi⁵.

Dalam teori minat berkunjung kembali, minat berkunjung kembali sering kali dikaitkan dengan teori minat beli ulang. Keduanya memiliki kesamaan dalam hal kecenderungan seseorang untuk mengulangi suatu tindakan terhadap produk atau jasa tertentu. Dengan demikian, konsep minat berkunjung kembali sama saja dengan teori minat beli ulang. Arti dari minat sendiri yaitu sebuah dorongan internal yang menjadi motivasi seseorang untuk

⁴ Parasuraman., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L., A " Model Konseptual Kualitas Pelayanan dan Implikasi Terhadap Penelitian dan Implikasinya Terhadap Penelitian Masa depan, Vol. 49, N0. 4 (1985), Hlm. 41-50

⁵ Emes L . S dan Sari D " Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Pada Marka Coffee Dan Kitchen. Eproceeding of Management, Hlm 1360-1365.

bertindak, di mana dorongan muncul karena adanya stimulus atau pengalaman positif terhadap suatu produk⁶.

ToRi Coffee merupakan UMKM kopi asal Toraja yang berhasil mengangkat kopi lokal ke pasar internasional. Usaha ini mulai digagas pada awal tahun 2020 oleh pasangan Citra Wulandari dan Fredy Pairunan dengan tujuan untuk kembali ke akar budaya Toraja melalui pengembangan kopi khas daerah tersebut. Dalam perjalanannya, ToRi Coffee mendapat pendampingan dari BRI sehingga mampu menembus pasar global menjadi pemasok coffee shop di lima negara, seperti Australia, Prancis, Jepang, dan Belanda pada skala terbatas. Selain itu, ToRi Coffee hadir sebagai kafe dengan suasana nyaman, harga terjangkau, serta menyediakan menu halal termasuk kopi khas Toraja dan makanan berat. Integrasi budaya Toraja juga terlihat dalam filosofi, desain dan pelayanan kafe sehingga menjadikannya simbol pelestarian budaya lokal. Dengan keberhasilan memasarkan sekitar 275 kg *roasted bean* setiap bulan, ToRi Coffee berkembang menjadi landmark baru bagi pencinta kopi di Toraja dan berhasil meraih penghargaan *Best Newcomer BRI UMKM EXPOR (T) 2025*⁷.

Salah satu kafe yang cukup terkenal di Rantepao adalah ToRi Caffee, yang memiliki interior modern dengan sentuhan budaya Toraja. Melihat pentingnya kualitas pelayanan dan juga suasana dalam menciptakan minat

⁶Augusty Ferdinand, Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertai Ilmu Manajemen (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014), hlm 75

⁷ Kabar SDGs <https://kabarsdgs.com>

berkunjung kembali, maka perlu dilakukan sebuah penelitian untuk mengetahui sejauh mana kedua variabel tersebut berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di ToRi Caffee.

Sesuai dengan hasil observasi awal yang peneliti lakukan, diketahui jika pada jam-jam tertentu, terutama sore hari banyaknya pengunjung yang datang untuk datang berkunjung untuk menikmati pelayanan serta suasana yang ada di ToRi Caffee. Dengan mempertimbangkan pentingnya kualitas pelayanan dan juga suasana dalam membentuk loyalitas pelanggan. Maka kondisi ini menjadikan peneliti begitu tertarik untuk lebih lanjut mengkaji tentang pengaruh kualitas pelayanan dan suasana terhadap minat berkunjung kembali di ToRi Caffee.

B. Rumusan Masalah

Relevan terhadap isi dari latar belakang di atas, jadi pada penelitian ini rumusan masalahnya yaitu apakah pengaruh kualitas pelayanan dan suasana cafe terhadap minat berkunjung kembali Di ToRi Caffee Rantepao Kabupaten Toraja Utara?

C. Tujuan Penelitian

Relevan terhadap uraian rumusan masalah tersebut, jadi tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu mengetahui dampak dari tingkat pengaruh kualitas pelayanan dan suasana cafe terhadap minat berkunjung kembali di ToRi Caffee Rantepao Kabupaten Toraja Utara.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terbagi pada dua aspek, diantaranya keuntungan dalam bidang akademis dan manfaat yang lebih terkait pada aplikasi praktis.

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini membuktikan dan menambah teori atau konsep dalam beberapa mata kuliah yang ada di bidang Kepemimpinan Kristen, seperti ilmu manajemen yang meliputi ilmu ekonomi dan manajemen yang membahas tentang pengelolaan *café* dengan fokus pada kualitas pelayanan dan suasana *café*.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi pengelolah *cafe* : Menjadi saran untuk peningkatan kualitas pelayanan serta menciptakan suasana *cafe* yang lebih nyaman supaya mampu menarik minat konsumen untuk berkunjung kembali.
- b. Bagi konsumen: Memberikan informasi Jika kualitas pelayanan serta suasana *cafe* adalah faktor utama untuk menentukan kepuasan serta pengalaman berkunjung.
- c. Bagi penelitian selanjutnya : Menjadi pedoman dan acuan dalam melakukan penelitian yang sejenis dibidang pariwisata, hospitality, maupun manajemen pemasaran.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

berisi latar belakang, fokus masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Menguraikan teori pendukung untuk kepentingan penelitian diantaranya: pembahasan pengetahuan investasi mengenai dan indikator-indikator keputusan investasi, serta menggambarkan tentang kerangka berpikir serta hipotesis terhadap penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Menguraikan jenis metode, waktu dan tempat melaksanakan penelitian, populasi dan sampel, variabel, jenis data, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi pelaporan hasil penelitian di lapangan yang telah diolah dan pembahasan yang memuat mengenai hasil dari penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini peneliti menyajikan kesimpulan dan saran penelitian.