

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil Perusahaan

Indischetafel *Restaurant* berdiri pada bulan Juli 2009. Mulai dari namanya yaitu *Indische*, yang berarti Indo – Belanda dan *Tafel* yang artinya adalah tempat. Jadi arti dari Indischetafel adalah Tempat Indo-Belanda yang artinya tempat untuk orang – orang yang ingin mendapatkan suasana Indo-Belanda. *Restaurant* ini menawarkan konsep *Classic restaurant* dengan bentuk bangunan dan interior desain restoran yang didominasi oleh hiasan peninggalan Belanda kuno pada zaman dahulu yang membuat restoran menjadi spesial. Para tamu dapat merasakan atmosfer tersebut begitu masuk kedalam ruangan. Beberapa hiasan antik dari zaman dahulu dan berkelas seperti gordena, pola desain kaca, dan pilihan *furniture* membawa para tamu ke beberapa abad silam.

Indischetafel *Restaurant* menyajikan makanan yang diracik dari resep nenek moyang Indo – Belanda. Selain itu, Indischetafel *Restaurant* memberikan fasilitas Wi-Fi yang artinya restoran ini dapat dipakai untuk pertemuan bisnis atau sekedar *hangout* sambil menikmati makanan atau minuman khas dengan racikan special. Restoran ini juga menyediakan kue-kue kering dari berbagai zaman yang membuat pengunjungnya kagum.

Selain menikmati makanan dan suasananya, pelanggan diperbolehkan mengambil gambar untuk kenang-kenangan. Kapasitas ruangan kurang lebih untuk 150 orang. Didalam restoran tersedia ruangan – ruangan VIP yang dapat digunakan untuk *meeting*, reuni, dan kumpul keluarga. Indischetafel *restaurant* berlokasi di Jl. Sumatera no. 19 Kota Bandung. Indischetafel *Restaurant* buka setiap hari Minggu-Jumat pukul 08:00 – 22:00 dan Sabtu pukul 08:00 – 23:00 WIB.

### 1.1.2 Logo Perusahaan



**GAMBAR 1.1**

#### **Logo Indischetafel Restaurant**

*Sumber: Indischetafel Restaurant, 2016*

### 1.1.3 Visi dan Misi

Adapun Visi dan Misi yang dibuat oleh Indischetafel *Restaurant* sebagai landasan kerja bagi para pegawainya, yaitu :

a. Visi

Diakui sebagai salah satu *restaurant* yang menyajikan makanan khas Indo – Belanda terbaik di Jawa Barat karena memiliki interior bangunan yang unik dan menjadi cagar budaya di Bandung serta kualitas makanan yang tidak kalah dengan makanan luar negeri.

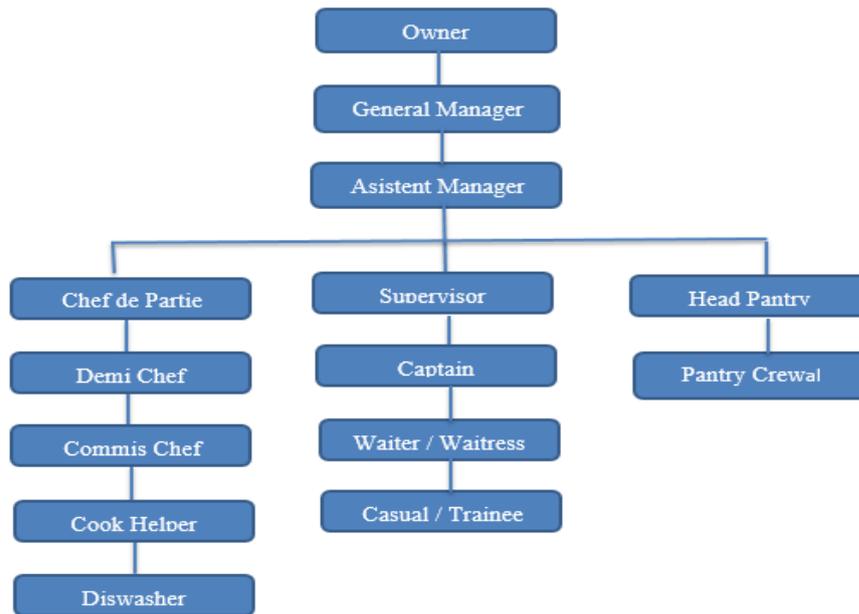
b. Misi

Memperkenalkan makanan-makanan yang berbeda dengan *restaurant* lainnya karena resep turun menurun dari zaman kolonial Belanda kepada masyarakat luas serta membawa kembali suasana tempo dahulu dan menjadi ajang nostalgia bagi para tamunya yang memasuki area *restaurant*.

### 1.1.4 Struktur Organisasi

Indischetafel *Restaurant* memiliki struktur organisasi yang berfungsi untuk memudahkan dalam hal pembagian tugas dan tanggung jawab serta wewenang dari masing-masing bagian.

Berikut merupakan struktur organisasi dari Indischetafel *Restaurant*:



**GAMBAR 1.2**

### **Struktur Organisasi Indischetafel *Restaurant***

*Sumber* : Indischetafel *Restaurant*, 2016

## 1.2 Latar Belakang Masalah

Kota Bandung merupakan salah satu kota di Indonesia yang ramai dikunjungi wisatawan. Banyak wisatawan dari luar kota yang berkunjung ke kota Bandung di akhir pekan dan hari libur. Hal ini dapat dilihat dari kemacetan jalan setiap akhir pekan. Sasaran wisatawan selama mengunjungi Bandung adalah mendatangi lokasi wisata kuliner, tempat belanja, dan juga wisata alam.

Berikut merupakan jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Bandung pada tahun 2012-2014:

**TABEL 1.1****Data Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung tahun 2012-2014**

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Domestik	Jumlah Wisatawan
2012	158.848	3.354.857	3.513.705
2013	170.982	3.897.429	3.897.429
2014	176.487	4.242.29	4.418.781

*Sumber:* Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2015

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik ke kota Bandung pada tahun 2012-2014 mengalami peningkatan. Peningkatan tersebut tidak lepas dari peran pemerintah daerah yang gencar mempromosikan potensi wisata kota Bandung. Melihat data diatas, kalangan pebisnis tentu menjadikannya sebagai peluang usaha untuk mendapatkan keuntungan.

Industri restoran dan *cafe* merupakan salah satu industri unggulan yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Mengingat kebutuhan akan makanan merupakan hal yang utama dalam kehidupan manusia yang mutlak harus dipenuhi, Maka bisnis di bidang kuliner saat ini banyak dicoba oleh para pelaku bisnis. Salah satu wisata yang ramai dikunjungi di kota Bandung adalah wisata kuliner. Di kota Bandung sendiri, setiap tahunnya jumlah *cafe* dan resto selalu meningkat.

Berikut merupakan jumlah *cafe* dan resto yang ada di kota Bandung berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Bandung pada tahun 2012-2014:

**TABEL 1.2****Data Cafe dan Resto Kota Bandung tahun 2012-2014**

Tahun	Jumlah <i>Cafe</i> dan Resto
2012	486
2013	627
2014	653

*Sumber:* Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2015

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa Jumlah *cafe* dan resto dari tahun ke tahun selalu meningkat. Pada tahun 2013 terjadi peningkatan yang cukup tinggi dari tahun sebelumnya, yaitu dari 486 *cafe* dan resto di tahun 2012 menjadi 627 *cafe* dan resto di tahun 2013, yang berarti peluang bisnis ini tidak pernah sepi peminat meskipun ditengah persaingan yang ketat (Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandung).

Dengan semakin bertambahnya bisnis kuliner di Kota Bandung, Pelaku bisnis tentunya perlu menerapkan strategi pemasaran yang lebih kreatif untuk dapat menarik perhatian konsumen dan mempengaruhi konsumen untuk sekedar berkunjung ataupun melakukan pembelian. Dalam meningkatkan kekuatan yang ada dalam perusahaan, dapat dilihat dari makanan dan minuman yang disajikan, harga yang terjangkau, lokasi yang strategis dan suasana tempat yang nyaman bahkan dari fasilitas pendukung yang diberikan seperti *live music* dan *hotspot*.

Menurut *manager Indischetafel restaurant*, saat ini ada kecenderungan berubahnya motif seseorang pada saat mengunjungi sebuah *cafe* atau resto, dimana bukan hanya sekedar makan saja, tetapi juga kegiatan untuk tempat mengobrol, hiburan atau mengerjakan tugas. Artinya, saat konsumen masuk ke sebuah restoran, mereka tidak hanya memberikan penilaian terhadap produk makanan yang ditawarkan saja, tetapi juga akan memberikan penilaian terhadap kreatifitas penciptaan suasana pada restoran tersebut. Atmosfir toko juga dapat mempengaruhi sikap pekerja pada suatu toko, seperti *mood*, komitmen, dan tingkat keterampilan, juga dapat mempengaruhi perilaku konsumen, seperti kenyamanan, keputusan pembelian, dan kepuasan konsumen.

Berman dan Evans (2010 : 508) menjelaskan bahwa "*Atmosphere refers to the store's physical characteristics that project an image and draw customer*". Yang dapat diartikan bahwa bagi sebuah toko, penting untuk menonjolkan tampilan fisik, suasana toko berguna untuk membangun citra dan menarik minat pelanggan. Sedangkan menurut Menurut Levy dan Weitz (2012:613) *store atmosphere* adalah mengacu pada desain lingkungan seperti komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan aroma untuk mensimulasikan respon persepsi dan emosi pelanggan dan

pada akhirnya mempengaruhi perilaku pembelian mereka. *Store atmosphere* berkaitan dengan pemasaran karena sebuah toko akan mendesain tokonya berdasarkan segmen, target, dan positioning yang dibuat oleh perusahaan tersebut. *Store atmosphere* menjadi salah satu strategi pemasaran yang akan mempengaruhi konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Elemen-elemen *store atmosphere* menurut Berman dan Evans (2010:508) yaitu *exterior* (bagian depan, papan nama, etalase, tampak luar tinggi bangunan, Toko dan area sekitarnya, fasilitas tempat Parkir), *general interior* (Penggunaan jenis lantai, pencahayaan dan warna, Aroma dan Suara, perabot toko, tekstur dinding, suhu ruangan, lebar lorong, kebersihan toko, teknologi, kasir, keramahan pegawai toko, dll), *store layout* (Alokasi ruang lantai, Klasifikasi Penawaran Toko, Penentuan Pola Lalu Lintas, pengaturan jarak, pengelompokan barang, dst), dan *point of purchase display* (poster/gambar yang tergantung, *display* pada hari-hari khusus, dst).

Salah satu resto yang ada diantara banyaknya restoran di Kota Bandung ialah Indischetafel *Restaurant* yang merupakan bentuk usaha yang bergerak dalam bidang kuliner. Indischetafel *Restaurant* memulai bisnis kuliner pada tahun 2009. Indischetafel *Restaurant* sadar akan pentingnya konsep untuk dapat menarik perhatian konsumen, yaitu dengan membuat strategi-strategi pemasaran. Menurut manajer dari Indischetafel *restaurant*, salah satu hal penting yang perlu diperhatikan untuk dikonsepsikan ialah dengan tempat (*place*) dan bukti fisik (*physical evidence*). Lokasi yang dimaksudkan adalah letak *restaurant* yang strategis dan juga salah satu bukti fisik yang dilakukan oleh restoran tersebut adalah dengan penciptaan suasana yang nyaman agar pengunjung merasa betah berada di dalam restoran. Indischetafel *restaurant* mengusung konsep restoran bergaya Indo-Belanda. Indischetafel *restaurant* menempati sebuah bangunan rumah yang memang sudah ada sejak zaman Belanda yang saat ini dijadikan cagar budaya di Kota Bandung. Di setiap sudut ruangan terdapat benda-benda asing bersejarah yang ditampilkan, mulai dari proyektor, mesin kasir, radio, hingga alat pengukur gempa. Seluruh benda bersejarah tersebut adalah benda otentik. Keberadaan restoran ini diharapkan dapat menjadi salah satu cara agar masyarakat tetap mengingat sejarah

dengan cara yang unik, yaitu menggabungkan museum dengan konsep restoran keluarga yang santai dan nyaman.

Indischetafel *Restaurant* memiliki segmen pasar menengah atas, serta memiliki target pasar keluarga. Restoran ini terletak di Jalan Sumatera no.19 Bandung, resto yang didesain dengan konsep klasik ini memang kondusif untuk jadi tempat berkumpulnya keluarga. Makanan dan minuman disajikan dengan menu yang variatif dan nama unik. Selain itu, Indischetafel *Restaurant* memiliki lokasi yang strategis dan terjangkau karena berada di pusat Kota Bandung.

Indischetafel *Restaurant* didesain dengan konsep klasik dan *family* untuk *store atmosphere* resto seperti yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



**GAMBAR 1.3**

**Elemen *Store Atmosphere* Indischetafel *Restaurant* Bandung**

*Sumber* : Dokumentasi pribadi, 2016

Adapun beberapa keluhan yang di keluhkan oleh konsumen sesuai dengan hasil wawancara peneliti terhadap lima belas pelanggan Indischetafel *Restaurant* bahwasanya konsumen mengeluhkan hal yang berhubungan dengan *store atmosphere* yang ada di Indischetafel *restaurant*, diantaranya konsumen mengeluh karena papan nama yang kurang jelas sehingga bagi pengunjung baru sulit untuk

menemukan restoran. Selanjutnya, suhu di resto yang kurang sejuk terlebih pada saat banyaknya pengunjung yang datang, jarak antar meja yang terlalu dekat sehingga membuat pelanggan kurang nyaman dan juga mempersulit mobilitas pelanggan, dan juga resto tidak menyediakan *live music* sedangkan menurut konsumen dengan adanya *live music* dapat menjadi salah satu daya tarik dan membuat kenyamanan untuk konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana penerapan *Store atmosphere* yang diciptakan Indischetafel *restaurant*. Dengan demikian peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Tinjauan Mengenai *Store atmosphere* pada Indischetafel *Restaurant* Bandung Tahun 2016”**.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana *store atmosphere* pada Indischetafel *Restaurant* Bandung Tahun 2016?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan diadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui *store atmosphere* pada Indischetafel *Restaurant* Bandung Tahun 2016.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini ada dalam dua aspek adalah sebagai berikut:

#### **1. Aspek Akademis**

Penulisan penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan referensi yang dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan meningkatkan pemahaman dalam mempraktikkan teori-teori yang telah dipelajari terutama berkaitan dengan tinjauan mengenai pelaksanaan *store atmosphere*.

## 2. Aspek Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan bagi pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini sebagai masukan atau bahan pertimbangan terhadap masalah yang berkaitan dengan *store atmosphere*. Selain itu diharapkan juga dapat digunakan sebagai bahan referensi dan tambahan bahan pengetahuan bagi pihak lain yang membutuhkan informasi mengenai tinjauan mengenai pelaksanaan *store atmosphere*.

### 1.6 Sitematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun untuk memberikan gambaran umum mengenai penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

#### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai gambaran umum dari objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

#### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis. Kajian kepustakaan harus mencakup teori – teori mengenai *Store atmosphere* yang sudah baku dalam buku teks, maupun temuan-temuan terbaru yang ditulis dalam jurnal yang terpercaya. Hasil Kajian tersebut kemudian digunakan untuk menguraikan kerangka pemikiran. Karena itu, bab ini akan meliputi uraian tentang rangkuman teori, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dari *store atmosphere*.

### BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data sehingga dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, hasil analisis dan pengolahan data beserta pembahasannya, yang disajikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan lingkup penelitian serta konsisten dengan tujuan penelitian.

### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini menjelaskan penafsiran dan pemaknaan penulis terhadap hasil observasi yang disajikan dalam bentuk kesimpulan. Kesimpulan tersebut merupakan jawaban dari perumusan masalah dan adanya saran atau solusi dari kesimpulan dan berhubungan dengan deskripsi atau eksplorasi dari observasi.