

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bandung ialah suatu kota yang terletak pada provinsi Jawa Barat. Kota Bandung ini terkenal sebagai kota kembang karena pada zaman dahulu kota ini dinilai sangat cantik dengan banyaknya pohon dan bunga-bunga (Nugraha, A, 2015). Asal usul nama Bandung ini berasal dari kata “bendung” atau “dibendung” yang menggambarkan kondisi geografis daerah tersebut di masa lalu, yaitu di mana aliran lava Gunung Tangkuban Perahu membentuk danau akibat terhambatnya aliran Sungai Citarum. Selain itu, Kota Bandung juga disebut sebagai Paris Van Java pada tahun 1920-an karena keindahannya yang mirip Kota Paris. Juga dikenal sebagai pusat pendidikan serta destinasi wisata populer. Terletak di daerah dataran tinggi yang berarti tempat yang sejuk dan dingin karena dikelilingi pegunungan. Bandung didirikan pada 25 September 1810 oleh Gubernur Jenderal Hindia Belanda, Herman Willem Daendels. Banyaknya tempat wisata di Kota Bandung ini serta café dan restoran, tepatnya di Jalan Braga. Braga menjadi salah satu tempat destinasi wisatawan untuk berkegiatan. Di Braga pun terdapat banyak sekali café yang hits dan digemari para wisatawan.

Café atau *coffeeshop* atau biasa dikenal juga sebagai kedai kopi telah menjadi bagian integral dari budaya modern di berbagai belahan dunia. Charles J Metelka (1991) mengatakan bahwa *coffeeshop* adalah suatu bisnis komersial yang menawarkan berbagai jenis minuman atau makanan kecil dengan harga yang relatif kepada tamu. Kemudian di sisi lain, menurut Liany (2016) *coffeeshop* adalah kedai kopi yang menjual kopi atau berbagai minuman non alkohol dan cemilan dengan didukung fasilitas serta desain interior yang menunjang. Kemudian juga menurut Atmodjo (2005) *coffeeshop* adalah tempat yang menyajikan olahan kopi espresso dan kudapan kecil, dan juga menyajikan makanan berat. Sejak keberadaannya, *coffeeshop* tidak hanya berfungsi sebagai untuk menikmati minuman berkafein,

melainkan sebagai tempat bersosialisasi, berdiskusi dan berbagi pengalaman. Dalam waktu beberapa dekade terakhir ini, *coffeeshop* memiliki popularitas yang sangat meningkat seiring dengan kehidupan masyarakat yang membutuhkan tempat nyaman untuk bekerja atau bersantai. *Coffeeshop* menjadi sangat populer yang berada di seluruh Indonesia, termasuk Bandung. Salah satu *coffeeshop* yang cukup ramai di Bandung ini adalah Jabarano Coffee.

Jabarano Coffee ini adalah salah satu *coffeeshop* yang cukup terkenal di Bandung dan memiliki banyak cabang. Pemilik dari *coffeeshop* ini adalah Arnold Dharmma yang meminta izin kepada mantan gubernur Jawa Barat, Ridwan Kamil pada usia 28 tahun untuk menggunakan nama Jabarano tersebut tetapi dengan beberapa syarat. Nama Jabarano sendiri memang diciptakan oleh Ridwan Kamil untuk pendirian cafenya pada tahun 2019 yang terletak di Melbourne dan memiliki arti terdiri dari 2 kata yaitu “jabar” yang berarti Jawa Barat dan “ano” yang diambil dari kata uno yang berarti satu. Salah satu cabang dari Jabarano Coffee ini adalah yang terletak di kawasan strategis yaitu di Jalan Braga, Bandung yang sangat ikonik. Dengan memiliki desain yang sangat apik, *coffeeshop* ini menarik banyak anak muda untuk berkunjung ke Jabarano Coffee ini. Konsep dari *coffeeshop* ini adalah nuansa vintage ala Eropa. Untuk areanya memiliki dua area yaitu indoor dan outdoor. Fasilitas yang dimiliki Jabarano Coffee ini sangat beragam, dimulai dari WIFI, area parkir, toilet, stop kontak, dan lainnya. Jabarano Coffee ini sangat ramai akan pengunjung yang datang. Keberadaan Jabarano Coffee ini tidak



Gambar 1. 1 Jabarano Coffee

hanya menambah keberagaman destinasi kuliner di Kawasan tersebut, tetapi juga bersaing dalam hal menciptakan pengalaman yang menarik bagi pengunjung.

Untuk mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan yang ketat antar kafe di kota Bandung ini terkhususnya di kawasan Braga, pentingnya untuk memahami apa saja faktor-faktor yang menjadi daya tarik utama bagi konsumen dalam mengunjungi coffeshop. Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan industri coffee shop di Bandung tumbuh pesat seiring dengan meningkatnya gaya hidup masyarakat urban yang menjadikan *coffeeshop* sebagai tempat berkegiatan sosial, bekerja, bahkan sebagai spot favorit untuk bersantai. Di tengah maraknya persaingan tersebut, setiap *coffeeshop* berlomba-lomba menciptakan konsep yang unik untuk membangun daya tarik tersendiri di mata konsumen. Daya tarik inilah yang menjadi alasan utama konsumen memilih satu tempat dibandingkan tempat lainnya.

Namun, di balik tingginya antusiasme pengunjung, penting untuk dipahami secara mendalam apa saja faktor yang secara signifikan membentuk daya tarik konsumen untuk memilih berkunjung ke Jabarano Coffee Braga. Apakah itu karena lokasi yang strategis, desain tempat yang estetik, kualitas kopi, pelayanan yang ramah, atau strategi promosi yang efektif? Memahami hal ini akan membantu pemilik usaha dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan berkelanjutan di tengah ketatnya persaingan bisnis kuliner, khususnya di kota wisata seperti Bandung.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi daya tarik konsumen dalam mengunjungi Jabarano Coffee di cabang Braga, Bandung. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam bidang pemasaran jasa serta menjadi acuan praktis bagi pengembangan usaha coffee shop dalam membangun hubungan yang lebih kuat dengan konsumennya melalui pengelolaan faktor-faktor daya tarik secara optimal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang diangkat dari masalah ini adalah :

1. Apa sajakah faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengunjungi Jabarano Coffee?
2. Apa saja daya tarik yang dimiliki pengunjung untuk mengunjungi Jabarano Coffee?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis mengangkat judul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi daya tarik konsumen Jabarano Coffee di cabang Braga Bandung adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengunjungi Jabarano Coffee.
2. Untuk mengetahui daya tarik pengunjung yang mengunjungi Jabarano Coffee.

1.4 Kegunaan Penelitian

Tujuan penelitian ini memiliki manfaat secara teoritis dan praktis yang dijabarkan sebagai berikut ini :

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi penulis

Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk kelulusan dalam menyelesaikan Program Studi Diploma III Jurusan Perhotelan Universitas Telkom. Oleh karena itu, penelitian ini sebagai penambah ilmu pengetahuan juga wawasan bagi penulis mengenai faktor-faktor daya tarik yang dimiliki pengunjung untuk mengunjungi jabarano Coffee.

2. Bagi program studi perhotelan

Penelitian akan dapat bermanfaat sebagai penambah ilmu dan wawasan luas bagi mahasiswa yang akan meneliti tentang pariwisata.

3. Bagi penelitian lebih lanjut

Penelitian ini akan bermanfaat untuk peneliti selanjutnya sebagai referensi mereka untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Membantu para pebisnis kafe lainnya yang berada di kawasan Braga atau daerah lain untuk mengetahui faktor-faktor penting yang menjadi tujuan konsumen untuk mengunjungi kafe tersebut.
2. Meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui pemahaman faktor-faktor yang benar-benar diperhatikan konsumen.
3. Membantu owner Jabarano Coffee untuk meningkatkan kualitas cafe lebih lanjut lagi.