

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era saat ini persaingan perusahaan cafe semakin ketat, banyak cafe-cafe yang tidak bisa berjalan lama, hal ini dikarenakan cafe-cafe tersebut tidak melakukan perubahan produk, tempat cafe, harga produk dan lain-lain sehingga tidak jarang banyak cafe-cafe yang tutup. Namun banyak juga cafe-cafe yang dapat bertahan lama bahkan sampai bertahun-tahun hal dikarenakan pada cafe tersebut telah banyak melakukan diferensiasi. Menurut Suwarsono (2002) pada cafe yang menerapkan diferensiasi akan menerapkan strategi antara lain melalui rasa, desain, citra dan pretis, reputasi, teknologi, pelayanan konsumen, jaringan distribusi, ketersediaan suku cadang, kualitas dan keberagaman jenis barang.

Dalam kondisi yang penuh persaingan seperti saat ini, setiap perusahaan harus mampu menciptakan strategi pemasaran yang tepat ataupun mempertahankan keunggulan bersaing mereka sehingga dibutuhkan diferensiasi. Diferensiasi disini adalah tindakan merancang serangkaian perbedaan atau atribut produk fisik untuk membedakan produk pesaingnya (Gunawan, 2010). Pada saat ini banyak perusahaan mampu menciptakan strategi pemasaran yang tepat ataupun mempertahankan keunggulan bersaing mereka. Hal-hal yang dapat mengindikasikan variabel keunggulan bersaing adalah immitabilitas, durabilitas dan kemudahan menyamai. Perusahaan akan

melakukan diferensiasi dengan sendirinya jika perusahaan tersebut dapat memiliki keunikan di bandingkan para pesaingnya dalam sesuatu yang dinilai penting oleh pembeli (Porter, 1993:109).

Tingkat diferensiasi menyeluruh sebuah perusahaan merupakan nilai kumulatif keunikan yang diciptakan perusahaan bagi konsumen diseluruh nilai rantainya dalam memenuhi semua kriteria pembeli sehingga tercipta kepuasan konsumen. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, maka pelanggan tidak puas, sedangkan jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan merasa puas. Kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi akan menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kesukaan atau preferensi rasional (Kotler, 2002). Penciptaan produk yang mempunyai keunikan tersendiri dari produk pesaing dan sesuai dengan keinginan atau selera konsumen maka akan tercipta suatu kepuasan konsumen (Porter, 1993).

Tingkat kepuasan yang tinggi juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, dalam Lupiyoadi 2006). Apabila konsumen merasa puas dalam suatu keadaan cafe maka konsumen akan tetap setia, merekomendasikan cafe,

dan menginformasikan cafe tersebut pada orang lain, sehingga cafe tersebut dikunjungi oleh banyak orang.

Persaingan cafe dibangkalan ini semakin ramai khususnya setelah cafe-cafe di kota Bangkalan semakin pesat dan banyak orang-orang bangkalan yang membuka cafe, sehingga cafe-cafe dibangkalan saling bersaing untuk mendapatkan pelanggan. Pada cafe kandang kopi di Bangkalan menerapkan diferensiasi untuk memikat pelanggannya dengan cara yaitu harga barang produk yang dijual di cafe kandang kopi ini sangat murah di bandingkan dengan cafe-cafe yang ada di kota Bangkalan, sehingga masyarakat ekonomi kalangan bawah bisa menikmati hidangan makanan dan minuman dengan harga yang pas dan murah.

Cafe kandang kopi ini juga sering digunakan buat nongkrong club-club motor dan para fans club sepakbola. Namun pada cafe kandang kopi tersebut lokasinya sangat kurang strategis dibandingkan dengan cafe-cafe yang lain karena berada di wilayah Mlajah dan wilayah tersebut juga rawan bagi para pengguna motor jika menggunakan motor sendirian di malam hari. Akan tetapi cafe kandang kopi paling dinikmati bagi para pecinta kopi dengan aroma kopi yang harum dan rasa yang bisa dinikmati bagi pecinta kopi, produk yang paling diminati di kandang kopi tersebut adalah capucino, dengan bubuk kopi buatan sendiri ini sangat menggoda rasanya sehingga konsumen membeli produk tersebut hingga kedua kalinya. Nongkrong sampai pagi hari tidak terasa karena tempat kandang kopi

produknya paling banyak diminati oleh kalangan anak muda maupun orang tua.

Persaingan cafe dikota Bangkalan semakin ketat sehingga banyak masyarakat yang bingung untuk memilih cafe-cafe yang dibangkalan. Sehingga pemilik dari cafe-cafe yang ada di Bangkalan menerapkan strategi diferensiasi dengan cara yang berbeda. Oleh karena itu penulis tertarik meneliti masalah tersebut. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis memilih judul “ Diferensiasi Product Cafe Kandang kopi”

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana diferensiasi produk cafe Kandang kopi di Bangkalan?

1.3 Tujuan

Tujuan Kerja Usaha yaitu :

Untuk mengetahui diferensiasi produk pada cafe.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan pada pelaksanaan Study Lapangan adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, sebagai media berlatih untuk mengembangkan kemampuan, wawasan dan disiplin ilmu dalam usaha, dibidang produksi dan pemasaran.
2. Memberikan kesempatan mengaktualisasikan diri dalam berperilaku professional dalam lingkungan masyarakat maupun lingkungan kerja.