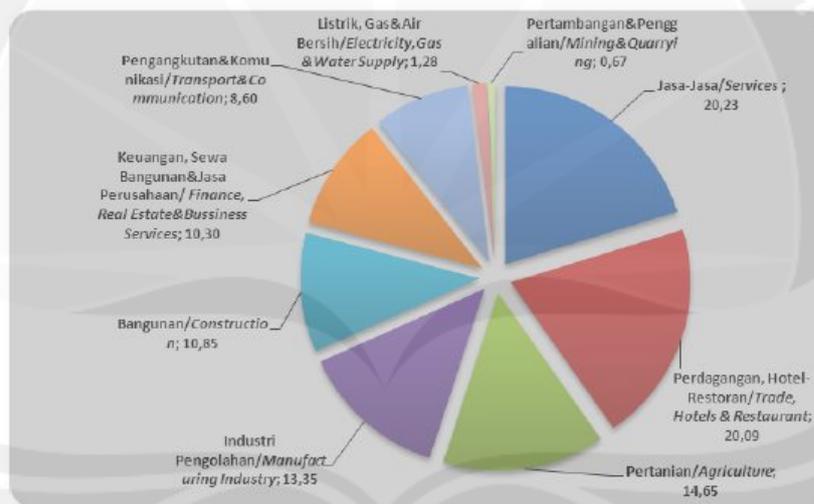


BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan di dunia industri dari tahun ke tahun terus mengalami perkembangan yang ketat. Salah satunya adalah persaingan di industri kuliner, munculnya berbagai macam makanan yang unik, adanya wisata kuliner dan trend kuliner sebagai gaya hidup masyarakat saat ini, menjadikan bukti bahwa bisnis kuliner di Yogyakarta berkembang dengan pesat. Secara umum, bisnis kuliner melalui sub industri restoran di Yogyakarta memiliki kontribusi sebesar 20,09% seperti yang dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1. Grafik Kontribusi Sub Industri Restoran
Sumber : BPS (2013)

Meskipun lingkup bisnis kuliner tidak terbatas, namun salah satu parameter yang dapat dijadikan berkembangnya bisnis ini adalah semakin banyaknya jumlah restoran di Yogyakarta khususnya. Perkembangan industri kuliner yang sangat maju dengan teknologi yang sangat canggih menyebabkan munculnya persaingan yang cukup ketat diantara pelaku usaha kuliner. Cafe Lotus Mio merupakan salah satu cafe yang harus ikut bersaing terhadap kerasnya persaingan bisnis kuliner yang ada pada saat ini.

Lotus Mio adalah sebuah restoran kecil atau lebih tepatnya sebuah trattoria dalam Bahasa Italia yang berdiri pada 12 April 2011 di Jalan Tirtodipuran no.10 Yogyakarta, Indonesia. Lotus Mio mengambil nama dari bunga Lotus yang memiliki filosofi bahwa dimanapun Lotus tumbuh, baik di sungai, danau maupun comberan sekalipun ia akan membuat tempat tersebut menjadi lebih baik dan lebih indah. Mio sendiri merupakan Bahasa Italia yang berarti “aku”. Jadi arti harfiah dari Lotus Mio Trattoria adalah sebuah restoran kecil milikku yang indah dan membuat orang yang berkunjung merasa nyaman dan senang. Detail tampak bangunan Lotus Mio dapat dilihat dalam Gambar 1.2.



Gambar 1.2. Suasana Luar Lotus Mio

Diawal berdiri, Lotus Mio hanya berfokus menjual Kopi dan Gelato saja. Namun dalam perkembangannya terdapat banyak permintaan dari pelanggan akan berbagai makanan dan juga kurangnya *income* jika hanya mengandalkan pemasukan dari kopi dan gelato. Lotus Mio mulai menambah menu makanan dari bermacam soup, salad, makanan utama dan makanan penutup/*dessert* dengan harapan untuk memenuhi permintaan pelanggan dan juga menambah pemasukan secara umum. Suasana interior dalam Lotus Mio juga disesuaikan dengan kenyamanan pelanggan, detail interior Lotus Mio dapat dilihat dalam Gambar 1.3.



Gambar 1.3. Penataan Interior Lotus Mio

Pada awal berdirinya Lotus Mio penggemar Italian Coffee dan Gelato belum terlalu banyak seperti saat ini dimana *Coffee shop* dan *Gelato Café* berdiri di berbagai tempat, hal ini berdampak pada berkurangnya atau berpindahnya pelanggan Lotus dikarenakan banyak restoran atau café lain yang menyediakan menu serupa yang mungkin lebih baik ataupun secara jarak lebih dekat maupun lebih terjangkau dari segi harga. Berpindahnya pelanggan Lotus Mio ke kompetitor lain disebabkan karena beberapa hal diantaranya adalah pelanggan selalu ingin mencoba restaurant yang baru dengan harapan mendapatkan sesuatu yang baru. Dalam beberapa kasus banyak ditemukan banyak restaurant-restaurant baru yang diawal ramai tapi tutup setelah beberapa bulan dikarenakan gagal dalam mempertahankan pelanggannya.

Selama ini Cafe Lotus Mio harus mampu bersaing dengan kompetitor lainnya untuk menarik pelanggan sebanyak-banyaknya agar bisa bertahan dan berkembang untuk meningkatkan pendapatan. Salah satu cara yang dapat dilakukan dan harus dipenuhi adalah dengan berusaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan (Hasan, 2009). Selain itu juga perlu dipahami bahwa dalam mempertahankan pelanggan yang sudah ada merupakan sebuah tugas yang tidak mudah dikarenakan perubahan dapat terjadi setiap saat, baik perubahan pada diri pelanggan seperti selera maupun perubahan kondisi lingkungan (Kotler, 2003). Dari uraian di atas hal yang harus dipelajari oleh manajemen Lotus Mio adalah bagaimana menarik pelanggan baru,tapi juga

sekaligus berusaha mempertahankan pelanggan lama yang sudah berulang kali berkunjung ke Lotus Mio.

Untuk menghadapi persaingan antar pelaku bisnis kuliner dalam rangka menguasai pasar, maka Cafe Lotus Mio Yogyakarta sebagai perusahaan yang bergerak di bidang kuliner harus memiliki strategi bisnis yang cukup kuat untuk mendapatkan *new customer*, meningkatkan hubungan dengan pelanggan dan mempertahankannya (loyalitas pelanggan). Tujuan penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam dunia industri kuliner adalah bagaimana menggunakan informasi dari pasar untuk memberikan pelayanan yang memuaskan dan mendukung proses penjualan berulang kepada pelanggan (penjualan produk, barang) sehingga dapat meningkatkan keuntungan perusahaan (Buttle, 2004). Dengan melakukan penerapan aspek-aspek *Customer Relationship Management* (CRM) di Cafe Lotus Mio diharapkan perusahaan dapat mengetahui strategi *Customer Relationship Management* (CRM) yang tepat, mengetahui variabel-variabel yang perlu diperbaiki. Oleh sebab itu, dengan adanya perbaikan tersebut, usaha akan mampu mempertahankan dan meningkatkan pelanggan di dalam persaingan industri kuliner yang semakin kompetitif.

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk tetap menciptakan dan mempertahankan pelanggan adalah dengan *Customer Relationship Management* (CRM). *Customer Relationship Management* (CRM) adalah suatu strategi khusus yang membahas mengenai penanganan hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya, seperti penjualan, pemasaran, dan pelayanan yang terkoordinir dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan di mata pelanggannya berdasarkan aspek strategis, aspek operasional, dan aspek analitis (Buttle, 2004). Selain itu, *Customer Relationship Management* (CRM) juga merupakan sebuah strategi bisnis di dalam suatu perusahaan yang berorientasi pada pelanggan, dengan tujuan akhirnya memaksimalkan profit perusahaan dan kepuasan pelanggan.

Customer Relationship Management (CRM) mendukung suatu perusahaan untuk menyediakan pelayanan kepada pelanggan secara *real time* dengan menjalin hubungan dengan setiap pelanggan melalui penggunaan informasi tentang pelanggan. Berdasarkan apa yang diketahui dari pelanggan, perusahaan dapat

membuat variasi penawaran, pelayanan, program, pesan dan media (Kotler, 2003).

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti diketahui bahwa strategi *Customer Relationship Management* (CRM) belum sepenuhnya diterapkan di Cafe Lotus Mio dalam meningkatkan dan mempertahankan atau loyalitas pelanggan, untuk itu peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana penerapan aspek-aspek *Customer Relationship Management* (CRM) di Cafe Lotus Mio yang tepat sehingga akan mampu mempertahankan dan meningkatkan pelanggan dalam persaingan industri kuliner.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah apakah penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) di cafe Lotus Mio mampu menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama Lotus Mio ?.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan permasalahan tersebut, tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah mendapatkan aspek penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) sehingga Lotus Mio mampu menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah terbatas pada analisis aspek *Customer Relationship Management* (CRM) yang sebaiknya dipertimbangkan oleh Cafe Lotus Mio.