BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan pasar yang potensial untuk industri kafe, didukung oleh pertumbuhan kelas menengah yang terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini membuka peluang besar bagi bisnis kafe, karena semakin banyak masyarakat yang tertarik untuk mengonsumsi kopi atau teh di tempat yang nyaman. Pertumbuhan industri kafe juga dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia. Seiring berjalannya waktu, kafe tidak lagi sekadar menjadi tempat untuk mengisi waktu luang, tetapi juga semakin banyak digunakan sebagai lokasi pertemuan, seperti rapat atau diskusi bisnis, oleh berbagai kalangan (Fauzan, Supryanita, dan Rahmatika 2021).

Kota Makassar, sebagai salah satu pusat kuliner di Indonesia Timur, juga mengalami pertumbuhan serupa. Tren ini dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup, peningkatan daya beli, serta semakin beragamnya preferensi konsumen yang tidak hanya menginginkan makanan dan minuman yang lezat, tetapi juga memiliki nilai tambah dari segi kesehatan dan cita rasa yang unik (Martina, Wulandari, Sari, dan Hasan 2021).

Coffee shop adalah tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi, minuman dan juga makanan yang dibalut dengan suasana yang nyaman disertai alunan musik atau pun *live music*, pelayanan yang ramah, dan menyediakan koneksi internet secara gratis untuk setiap pengunjungnya. Salah satu subsektor yang mengalami perkembangan pesat adalah bisnis *coffeeshop. Coffeeshop* kini tidak lagi hanya berfungsi sebagai tempat untuk menikmati kopi, tetapi juga telah berevolusi menjadi ruang sosial bagi berbagai kalangan (Sugiyanti, Dewi, dan Wijaya 2023). Tren ini terutama didorong oleh generasi muda yang mencari tempat

nyaman untuk bersantai, bekerja, berdiskusi, atau bahkan mengadakan pertemuan bisnis. Perubahan ini menunjukkan bahwa *coffeeshop* bukan sekadar tempat minum kopi, tetapi juga bagian dari gaya hidup modern yang mengedepankan kenyamanan, estetika, dan konektivitas sosial. Diversifikasi berfungsi sebagai alat untuk mengurangi risiko dengan memperluas jenis usaha yang dijalankan (Kamariah, Murtafia, dan Anwar 2021).

Kota Makassar mengalami peningkatan yang signifikan dalam jumlah *coffeeshop,* mencerminkan semakin besarnya daya tarik bisnis ini di kalangan masyarakat. Pertumbuhan ini dipengaruhi oleh perubahan tren konsumsi, di mana pelanggan tidak hanya menginginkan kopi berkualitas, tetapi juga mencari variasi menu makanan yang menarik dan sesuai dengan preferensi mereka. Persaingan yang semakin ketat dalam industri *coffeeshop* menuntut para pelaku usaha untuk terus berinovasi agar dapat mempertahankan eksistensi dan daya saing mereka di pasar yang dinamis. Menurut penelitian yang dipublikasikan di Jurnal Wawasan Kesehatan Masyarakat oleh Universitas Hasanuddin, persebaran warung kopi dan kafe di Makassar mencapai 628 titik, hal ini menunjukkan pertumbuhan pesat dalam industri ini (Thufail dkk. 2022). Penerapan strategi diversifikasi menu yang menggabungkan konsep lokal dan modern dapat menjadi salah satu faktor yang signifikan dalam meningkatkan daya tarik bisnis kuliner, termasuk di sektor coffeeshop. Diversifikasi makanan berperan penting sebagai sumber energi vital bagi manusia sekaligus sebagai profesi dalam seni memasak yang bernilai ekonomi. Memasak kini tidak hanya menjadi kebutuhan dasar, tetapi juga berkembang sebagai ilmu, seni, dan sumber penghasilan. Namun, dalam industri seperti coffeeshop, diversifikasi produk menjadi tantangan utama, karena tanpa keunikan, sulit bagi usaha tersebut untuk bersaing dan mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang. (Nassar dan Al Zoubi 2018). Oleh karena itu, diversifikasi menu bukan hanya berfungsi untuk meningkatkan variasi produk,

tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif yang diperlukan untuk keberlangsungan bisnis. Data dari Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (2023) menunjukkan bahwa terdapat lebih dari 3.000 gerai kafe dan *coffeeshop* di seluruh Indonesia dengan tingkat pertumbuhan tahunan mencapai 15% dari web page riset (PURWANTO, 2024). Penelitian lain oleh (S. L. Hutabarat dkk. 2024) menunjukkan bahwa strategi diversifikasi produk dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing bisnis dalam industri kafe. Preferensi konsumen yang semakin kompleks dan terus berubah juga menjadi tantangan bagi bisnis kuliner. Konsumen kini tidak hanya mengutamakan rasa, tetapi juga mempertimbangkan faktor lain seperti komposisi bahan baku, metode pengolahan, serta dampak kesehatan dari makanan yang mereka konsumsi. Meskipun penelitian tentang diversifikasi menu dalam bisnis kuliner sudah banyak dilakukan, masih terdapat kesenjangan dalam kajian yang secara spesifik membahas penerapan strategi ini di industri *coffeeshop*. Beberapa penelitian sebelumnya telah meneliti berbagai aspek inovasi dalam industri kuliner, namun masih terdapat ruang untuk penelitian lebih lanjut yang dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana strategi diversifikasi menu dapat diimplementasikan secara efektif dalam bisnis coffeeshop. Contohnya pada penelitian tersebut: Melakukan inovasi kopi seperti tambahan toping *jelly, flat white, dan cream cheese (Suwarto, Sriyadi 2024).* Diversifikasi pengolahan ubi kayu dalam meningkatkan ketahanan pangan (Indrayana, Sirappa, dan Ricky 2018). Diversifikasi olahan pangan ikan lele oleh “LELITA” menjadi produk Cireng Lele dan Nugget Lele (Kusumawardani dkk. 2023).

Lamierra Coffee and Records merupakan sebuah *coffee shop* yang unik dan menarik, menggabungkan suasana yang nyaman dengan konsep desain interior yang memadukan elemen klasik dan *vintage*. Tempat ini tidak hanya menawarkan berbagai pilihan minuman kopi berkualitas tinggi dan makanan serta camilan lezat,

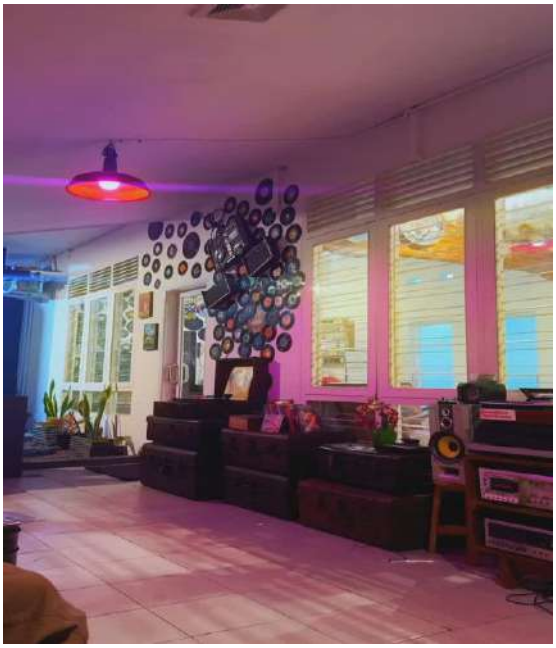
tetapi juga menciptakan lingkungan yang ideal untuk berbagai kesempatan, mulai dari pertemuan bisnis hingga acara santai bersama teman dan keluarga. Dengan kapasitas yang dapat menampung hingga 70 orang, *Lamierra Coffee and Records* siap menyambut pengunjung dalam suasana yang hangat dan ramah, menjadikannya sebagai tempat favorit bagi para pecinta kopi dan suasana yang menyenangkan. Berikut adalah profil sosial media dari kafe *Lamierra Coffee and Records:*

Gambar 1
Profil Instagram *Lamierra*



(Sumber : Instagram *Lamierra* 2025)

Gambar 2
Ambience Lamierra Coffee and Recods



(Sumber: Penelitian, 2025)

Gambar 3
Menu Spesial Nasi Tuna Asap



(Sumber : Instagram *Lamierra*)

Menu spesial Nasi Tuna Asap di *Lamierrra Coffee and Records* adalah sajian yang sangat menggoda selera dan penuh dengan rasa, dari segi penjualan nasi tuna asap adalah menu yang selalu habis saat merestock bahan baku nya menurut pemilik *coffeeshop*:

> “Iyaaa memang menu nasi tuna asap ini selalu cepat habis dan di cari oleh pelanggan, dan hanya nasi tuna asap yang lumayan susah di jangkau bahan bakunya karena langsung diambil dari bulukumba.”

Gambar 4
Potongan Tuna Asap



(Sumber RRI.co.id - Bale Tapa. Olahan Ikan Tuna Asap Khas Bulukumba).

Tuna asap dikenal sebagai salah satu olahan khas daerah pesisir di daerah Bulukumba yang memiliki cita rasa khas dan daya tarik tersendiri bagi konsumen yang menginginkan menu dengan sentuhan lokal dalam sajian modern. Tuna asap sebagai bahan utama memiliki keterbatasan dalam distribusi dan penyimpanan, sehingga membutuhkan strategi pengelolaan yang lebih efisien agar kualitas produk tetap terjaga. Penggunaan bahan baku lokal yang berkualitas dan sistem manajemen rantai pasok yang baik menjadi solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi tantangan ini. Dalam era digital, efektivitas strategi pemasaran juga berperan penting dalam keberhasilan diversifikasi menu. Dengan memiliki menu spesial yaitu Nasi Tuna Asap dengan rasa yang lezat dan khas. Penulis akan meneliti skripsi karya tentang strategi diversifikasi menu dengan menghadirkan “Nasi GorengTuna Asap” dari menu sebelumnya “Nasi Tuna Asap” sebagai daya tarik kuliner unik. Kehadiran menu ini tidak hanya memberikan pengalaman rasa yang berbeda bagi pelanggan, tetapi juga mencerminkan kearifan lokal dengan memanfaatkan bahan baku yang berasal dari potensi perikanan Makassar

((RRI.co.id - Bale Tapa, Olahan Ikan Tuna Asap Khas Bulukumba). Menurut hasil analisis pra penelitian penulis, bahwa dari beberapa menu memiliki tren penjualan yang berbeda-beda. Seperti pernyataan dari pemilik coffeeshop:

> "Memang beberapa bayak sih menu menu yang kurang laris dan paling laris dalam penjualan, contohnya beberapa bulan belakangan ini terhitung dari maret hingga april memang ada menu tersebut dan ada juga menu yang sudah hampir mau di hapus karena penjualannya hampir dibawah 15 porsi penjualan apalagi menu makanan beratnya, jadi menu nasi tuna asap yang memang menjadi menu andalan disini tetapi sayangnya minat terlalu banyak jadi bahan baku cepat habis"

Dari hasil wawancara pra penelitian diatas ada beberapa menu yang paling laku dan kurang laku dijual di *Lamierra Coffee and Records,* berikut adalah 10 daftar menu yang paling laku beserta analisis tren penjualan dalam perbulan :

Tabel 1
Tabel Tren 10 Penjualan Menu Terlaris Perbulan

MENU	Maret	April	HARGA
Butterscotch Coffee (ice)	100 CUPS	150 CUPS	27.000
Lamierra Coffee	90 CUPS	120 CUPS	25.000
Lamierra Aren	70 CUPS	85 CUPS	25.000
Lamierra Tea	100 CUPS	110 CUPS	23.000
Fresh Peach Tea	70 CUPS	90 CUPS	23.000
Red Velvet	100 CUPS	130 CUPS	25.000
Matcha	100 CUPS	120 CUPS	25.000
Nasi Tuna Asap	150 PORSI	200 PORSI	28.000
Nasi Goreng Klasik/Merah	100 PORSI	150 PORSI	27.000
French Fries	90 PORSI	100 PORSI	20.000

(Sumber: Penelitian, 2025)

Dari analisis di atas, Nasi Tuna Asap menonjol sebagai menu makanan terlaris, diikuti oleh minuman *Butterscotch Coffee (ice)* dan *Lamierra Coffee*,

penjualan yang baik dari menu-menu ini menunjukkan bahwa pelanggan *Lamierrra Coffee and Records* menghargai variasi dan kualitas dalam pilihan makanan dan minuman mereka. Strategi diversifikasi menu yang tepat dapat membantu meningkatkan penjualan dan menarik lebih banyak pelanggan ke *coffeeshop* ini. Mengapa nasi tuna asap dijadikan menu yang akan didiversifikasi, karena menu makanan adalah menu yang memiliki lebih banyak profitabilitas dibandingkan dengan menu minuman yang dijual.

Tabel 2
Tabel Tren 10 Penjualan Menu Kurang Laris Perbulan

MENU	Maret	April	HARGA
Piccolo	20 CUPS	50 CUPS	22.000
Kopi Susu	15 CUPS	30 CUPS	23.000
Passion Tea	20 CUPS	50 CUPS	23.000
Rumy Regal	30 CUPS	80 CUPS	28.000
Lemonheads	25 CUPS	60 CUPS	28.000
Sate Taichan	10 PORSI	15 PORSI	27.000
Nacos	30 PORSI	60 PORSI	20.000
Roti Bakar	25 PORSI	75 PORSI	30.000
Crispy Tofu	5 PORSI	10 PORSI	17.000

(Sumber : Pra Penelitian,2025)

Dari analisis tabel tren penjualan menu kurang laris di atas, menu-menu minuman seperti *Piccolo, Rumy Regal,* dan menu makanan *Crispy Tofu*, Sate Taichan menunjukkan penjualan yang sangat rendah. Umpan balik pelanggan memberikan wawasan berharga tentang preferensi dan harapan mereka, yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya tarik menu yang kurang laris ini. Dengan memahami kebutuhan pelanggan dan melakukan penyesuaian yang tepat, *Lamierrra Coffee and Records* dapat meningkatkan penjualan dan menarik lebih banyak pelanggan.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa nasi tuna asap dipilih sebagai fokus diversifikasi karena memiliki margin keuntungan lebih tinggi dibandingkan menu

minuman serta menjadi produk unggulan yang paling diminati. Tingginya permintaan menyebabkan bahan baku cepat habis, sehingga diperlukan pengembangan varian baru untuk memperluas pilihan menu dan menjaga ketersediaan. Dalam hal ini, Nasi Tuna Asap yang ditawarkan oleh *Lamierrra Coffee and Records* berusaha menjawab kebutuhan tersebut dengan menghadirkan menu berbahan dasar ikan yang lebih sehat dibandingkan daging merah, serta diolah dengan metode pengasapan yang mempertahankan cita rasa alami tanpa tambahan bahan kimia berlebihan. Selain tantangan dalam memenuhi ekspektasi pelanggan, ketersediaan dan konsistensi bahan baku juga menjadi salah satu faktor krusial dalam penerapan strategi diversifikasi menu. Menu tuna asap dipilih sebagai bahan diversifikasi karena kepopulerannya yang meningkat di kalangan kostumer yang menyukai makan ikan, fleksibilitas dalam penyajian, serta potensi untuk menciptakan pengalaman kuliner yang unik dan menarik. Dengan memanfaatkan tuna asap, coffeeshop dapat menarik segmen pasar yang lebih luas dan meningkatkan loyalitas pelanggan melalui variasi menu yang inovatif. Selain itu, karena pengambilan bahan baku tuna asap memerlukan pengiriman dari lokasi yang cukup jauh, pemilik coffeeshop ingin mengoptimalkan stok dengan menambahkan variasi menu berbahan dasar tuna asap. Dengan begitu, penyimpanan bahan baku lebih efisien dan peluang penjualan pun meningkat melalui berbagai variasi menu yang menarik.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana strategi diversfikasi menu yang dapat diterapkan oleh coffeeshop?

C. Tujuan Penelitian

Menganalisis strategi diversifikasi menu yang diterapkan oleh coffeshop dalam meningkatkan daya saing bisnis.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat dalam menyumbangkan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang administrasi bisnis sektor publik, terkait dengan pengembangan strategi diversifikasi menu. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya di masa mendatang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan manfaat praktis yang signifikan, sebagai acuan untuk pengembangan produk di masa depan melalui penerapan strategi diversifikasi yang bertujuan meningkatkan daya saing di pasar. Bagi pemilik kafe, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pertimbangan berharga dalam mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen yang beragam. Selain itu, penelitian ini berfungsi sebagai penerapan ilmu dan teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan, dan dapat digunakan untuk menganalisis dan memecahkan permasalahan yang dihadapi dalam industri. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi akademis, tetapi juga manfaat praktis yang signifikan bagi pemangku kepentingan di industri kafe.