BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

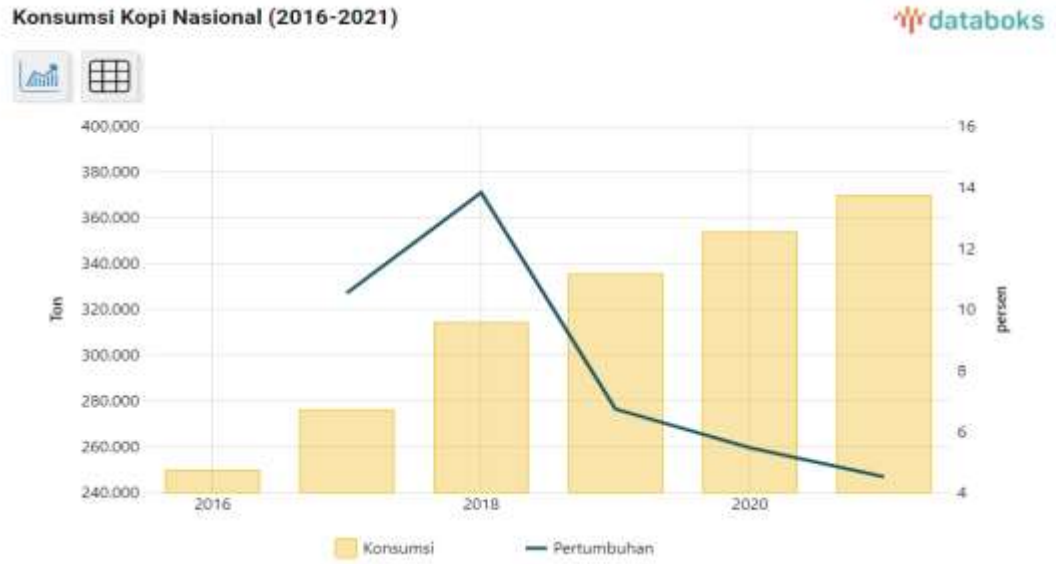
Kemajuan teknologi saat ini menjadi kebutuhan mendesak yang meresap ke berbagai sektor kehidupan. Inovasi baru terus muncul, meluasnya implementasi sistem teknologi mengubah cara operasi berbagai bidang usaha. Dampak pesatnya kemajuan teknologi, terutama di bidang informasi dan komputer, membuka pintu untuk kemudahan dan efisiensi dalam segala hal. Internet dan website menjadi sarana utama mengeksplorasi dunia tanpa batas, memudahkan akses informasi. Namun, dengan kecepatan informasi, kebutuhan akan sarana komunikasi dan pertukaran informasi yang cepat semakin meningkat (Ramadhani, 2021; Yulianingrum & Ermatita, 2022).

Tuntutan persaingan bisnis mendorong perusahaan untuk meningkatkan kinerja melalui adaptasi teknologi. Penerapan sistem baru menjadi kunci kelangsungan bisnis. Bisnis, sebagai aktivitas ekonomi, memiliki tujuan utama menghasilkan produk (barang atau layanan) dengan upaya perdagangan untuk mencapai keuntungan. Pengelolaan bisnis melibatkan berbagai jenis organisasi, termasuk perusahaan dengan badan hukum, badan usaha, hingga individu tanpa badan hukum (Sasanti Institute, 2020).

Perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia, khususnya kalangan kelas menengah ke atas yang semakin konsumtif, menciptakan tren menghabiskan waktu di cafe sebagai simbol gaya hidup modern. Dalam konteks ini, aktivitas seperti berkumpul, belajar, atau menikmati makanan di cafe menjadi kegemaran, menjadikan bisnis cafe diminati di berbagai kota.Sebagai tambahan, peningkatan konsumsi kopi

di Indonesia tidak terlepas dari ledakan jumlah kedai kopi, mencapai 2.950 gerai pada 2019 dengan nilai pasar mencapai Rp 4.8 triliun Dahwilani, (2019). Konsep *Coffee to Go,* di mana kedai kopi menawarkan kopi dengan outlet sederhana, menjadi tren yang populer. Dengan demikian, pembeli umumnya membeli kopi untuk dibawa pulang atau dikonsumsi saat bepergian. Beberapa contoh kedai kopi *Coffee to Go* yang terkenal di Indonesia termasuk Janji Jiwa, Kopi Kenangan, Tuku, dan Fore *Coffee* (Seno & Purnamaningsih, 2021).

Gambar 1
Grafik Peningkatan Konsumsi Kopi di Indonesia



Sumber: Databoks.id, 2021.

Salah satu sektor dalam industri kuliner yang diantisipasi akan terus mengalami pertumbuhan signifikan adalah kopi. Data yang terdapat pada gambar 1 mencerminkan kecenderungan peningkatan konsumsi kopi di Indonesia, Menurut Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian, pada tahun 2016, konsumsi kopi secara nasional mencapai sekitar 250 ribu ton dan mengalami pertumbuhan sebesar 10,54% menjadi 276 ribu ton. Konsumsi kopi di Indonesia dalam rentang waktu 2016-2021 diperkirakan akan meningkat secara rata-rata

sebesar 8,22% per tahun. Pada tahun 2021, pasokan kopi diperkirakan akan mencapai 795 ribu ton dengan konsumsi sebesar 370 ribu ton, menghasilkan surplus sebesar 425 ribu ton.

Saat ini cafe lokal Makassar belum ada yang menerapkan *Self order*. Hanya cafe skala nasional seperti Kopi Kenangan, Fore *Coffee*, dan Starbucks. Berdasarkan penelitian tentang penggunaan aplikasi Fore *Coffee*, ditemukan bahwa orang lebih suka menggunakan aplikasi tersebut jika mereka merasa bisa menghemat waktu. Ini berarti ketika kita memesan minuman secara online, kita cenderung melihatnya sebagai cara yang lebih mudah dan cepat untuk mendapatkan minuman yang diinginkan. Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa ketika teknologi dapat membantu kita menghemat waktu, kita akan merasa bahwa teknologi tersebut bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari (Seno & Purnamaningsih, 2021).

Industri cafe menitikberatkan pada konsep unik, kualitas rasa yang khas, dan pelayanan yang terbaik. Meskipun suasana yang ramah tercipta melalui desain yang sederhana, menggunakan meja dan bangku kayu panjang, namun persaingan semakin ketat dengan munculnya berbagai cafe baru. Cafe tidak hanya menjadi tempat untuk minum kopi, tetapi juga ruang untuk berkumpul dan menikmati momen bersama. Oleh karena itu, pemilik cafe perlu memperhatikan tidak hanya kualitas rasa kopi, tetapi juga suasana, kenyamanan, fasilitas, dan pelayanan kepada pelanggan (Pamungkas & Yuliansyah, 2017).

Seiring dengan perkembangan ini, pemanfaatan teknologi *Self order* dalam bisnis rumah makan termasuk cafe, menjadi sebuah tren yang semakin berkembang. Penelitian mengenai Penerapan Rekomendasi Menu dan *Self order* pada Aplikasi E-Menu Restoran menggunakan metode Collaborative Filtering Berbasis Android memberikan wawasan tentang bagaimana metode ini dapat memberikan saran menu

yang sesuai dengan preferensi pelanggan. *Self order* melalui QR Code tidak hanya mempercepat pemesanan, tetapi juga menjadikan proses pembayaran lebih praktis melalui penerapan gateway payments (Qris), membawa kemudahan dalam transaksi pembayaran (Aziz dkk., 2022).

Dalam konteks pemesanan sendiri atau *Self ordering* di cafe, terdapat sejumlah kelebihan dan kekurangan. Pelanggan dapat dengan mudah memesan tanpa menunggu pelayan, meningkatkan efisiensi dan mengurangi waktu tunggu. Melalui *Self ordering*, pelanggan memiliki kendali lebih besar terhadap detail pesanan mereka, mengurangi risiko kesalahan komunikasi dengan pelayan. Mereka juga dapat menyesuaikan pesanan sesuai preferensi pribadi tanpa perlu menjelaskan secara verbal kepada pelayan. Penerapan *Self ordering* menciptakan pengalaman yang modern dan inovatif, menarik bagi pelanggan yang mencari pengalaman baru.

Beberapa pelanggan mungkin kesulitan menggunakan sistem *Self ordering*, terutama mereka yang tidak terbiasa dengan teknologi atau aplikasi khusus. Masalah teknis seperti terkendala jaringan pada sistem *Self ordering* dapat menyebabkan ketidaknyamanan dan keterlambatan dalam pelayanan. Oleh karena itu, cafe perlu mempertimbangkan baik kelebihan maupun kekurangan ini untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang optimal.

Peneliti memilih lokasi Bothlaim Space di Gedung Kesenian sebagai objek penelitian karena cabang kedua dari Bothlaim Space ini baru saja dibuka pada bulan Februari. Selama pra-penelitian, peneliti mengamati bahwa pengunjung Bothlaim Space di Gedung Kesenian sangat ramai untuk ukuran cafe baru. Menariknya, Bothlaim Space hanya mengandalkan promosi melalui media sosial mereka sendiri tanpa bantuan dari pihak luar seperti influencer. Fenomena ini menunjukkan efektivitas strategi pemasaran mereka dan ketertarikan publik yang tinggi terhadap

Cafe ini, yang membuatnya menjadi topik yang menarik untuk diteliti lebih lanjut. Selain itu, peneliti memilih lokasi Cafe karena, seperti yang kita ketahui, pengunjung Cafe umumnya berasal dari kalangan milenial hingga generasi Z.

Kelompok demografi ini dikenal memiliki adaptasi yang tinggi terhadap teknologi baru, seperti sistem pemesanan mandiri (*Self order*). Oleh karena itu, penerapan teknologi ini di cafe tidak akan terlalu sulit. Sebaliknya, jika diterapkan di restoran yang pengunjungnya terdiri dari berbagai kalangan usia, termasuk lanjut usia atau mereka yang tidak akrab dengan teknologi, adaptasinya bisa lebih menantang. Lansia atau mereka yang kurang paham teknologi mungkin akan mengalami kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan sistem pemesanan mandiri, yang dapat menghambat efektivitas teknologi tersebut. Oleh karena itu, pemilihan cafe sebagai lokus penelitian sangat tepat untuk menguji penerimaan dan efektivitas sistem pemesanan mandiri di kalangan pengguna yang lebih muda dan lebih terbiasa dengan teknologi.

Bothlaim Space adalah cafe yang telah menetapkan keberadaannya di Kota Makassar, dengan bangga mengoperasikan dua cabang. Cabang pertama berdiri sejak 10 Februari 2022, berlokasi di Jl. Boto Lempangan, Sawerigading, Kec. Ujung Pandang, Kota Makassar. Sementara cabang kedua, yang baru saja dibuka pada tanggal 21 Januari, terletak di Jl. Riburane No.15, Pattunuang, Kec. Wajo, Kota Makassar. Bothlaim Space tidak hanya menghadirkan pengalaman kopi yang luar biasa, melainkan juga menyediakan berbagai Tenant dan Creative Hub, menciptakan atmosfer yang unik dan menarik bagi semua pengunjungnya.Top of Form Dengan strategi ini, Bothlaim Space menunjukkan komitmen mereka untuk terus berinovasi dan memenuhi kebutuhan serta ekspektasi pelanggan di tengah dinamika perkembangan industri Cafe.

Bothlaim Space mengalami pertumbuhan yang pesat dengan peningkatan terus menerus dalam jumlah kunjungan. Manajemen Bothlaim Space mengedepankan faktor-faktor kunci seperti harga, konsep toko, dan kualitas layanan, yang berdampak positif pada pembentukan loyalitas pelanggan. Dengan melihat dinamika bisnis cafe yang terus berkembang di Makassar, Bothlaim Space menunjukkan komitmen untuk terus berinovasi dan menyesuaikan diri dengan selera dari segmen utama bisnis Cafe, yaitu kawula muda. Keunggulan produk dan layanan yang diberikan oleh Bothlaim Space menjadi kunci pembentukan loyalitas pelanggan, menciptakan keunggulan merek yang kuat.

Gambar 2
Antrian pemesanan Bothlaim Space Gedung Kesenian



Sumber: Dokumentasi Pra penelitian, 2024.

Pengelolaan operasional Bothlaim Space saat ini masih menggunakan sistem pemesanan manual, di mana pelanggan diharapkan datang langsung ke kasir untuk melakukan pemesanan. Keterbatasan ini disebabkan oleh jumlah tenaga kerja yang terbatas, dengan hanya satu kasir yang tersedia. Akibatnya, terkadang pelanggan mengalami antrian yang panjang, seperti yang terlihat pada gambar di atas ini.

Antrian panjang di Bothlaim Space Gedung Kesenian pada tanggal 17 Februari 2024 mencerminkan antusiasme yang luar biasa dari para pengunjung. Meskipun cabang ini masih baru dan baru berdiri selama sebulan saat gambar diambil, kehadiran pengunjung tetap tinggi. Namun, selain kendala pada jumlah tenaga kerja yang terbatas, Bothlaim Space juga menghadapi tantangan terkait deskripsi visual minuman pada menu mereka. Kurangnya deskripsi visual yang menarik dan informatif menyebabkan pelanggan menghabiskan waktu lebih lama dalam memilih pesanan mereka, menciptakan ketidakefisienan yang berpotensi menimbulkan pemborosan waktu.

Gambar 3
Foto Menu Bothlaim Space



Sumber: Bothlaim Space, 2024.

Situasi ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak bagi Bothlaim Space untuk mengadopsi teknologi yang dapat mengoptimalkan proses pemesanan dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Dalam mengatasi masalah ini, peneliti merekomendasikan solusi dan inovasi dengan mengadakan pemesanan *Self order* menggunakan teknologi digital atau aplikasi perangkat lunak berbasis cloud yang bermanfaat dalam menjalankan operasional bisnis F&B. *Self order* ini merupakan sistem pemesanan menu yang terkomputerisasi dan ramah pengguna. Sistem ini memberikan keleluasaan kepada pelanggan untuk melakukan pemesanan sendiri, sambil memberikan barista kemampuan untuk melihat pesanan secara otomatis melalui sistem Android. Selain itu, sistem ini menyederhanakan proses pembayaran, meningkatkan efisiensi, dan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik di Bothlaim Space. Dengan menyajikan data dan laporan yang diperlukan, sistem ini tidak hanya mempercepat layanan tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional di tempat tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah penelitian ini yaitu Bagaimana dampak implementasi inovasi *Self order* pada Bothlaim Space?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diinginkan pada penelitian ini adalah Untuk mengetahui dampak implementasi dari Inovasi *Self order* pada Bothlaim Space

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberi manfaat sesuai dengan maksud dan tujuan dilakukannya penelitian. Manfaat yang diharapkan yaitu:

a. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan terdapat pada penelitian ini adalah hasil penelitian dapat memberikan wawasan serta menambah pengetahuan dan pemahaman tentang pemanfaatan Scan Barcode sebagai inovasi layanan Self-Order dan memberikan referensi serta dasar teoritis untuk penelitian dan pengembangan selanjutnya

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan adalah hasil penelitian ini dapat digunakan oleh Bothlaim Space dan beberapa Cafe lainnya sehingga dapat menerapkan *Self order* ini sebagai Inovasi layanan terbaru