

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Objek kunjungan wisata Wonosalam Jombang berasal dari beberapa destinasi wisata yang berada di Kecamatan Wonosalam. Tentu hal ini menjadi kesempatan bagi kecamatan Wonosalam baik pemerintah maupun masyarakat lokal untuk mulai serius menangani pengelolaan objek wisata. Pariwisata menjadi sendi penunjang utama yang mampu meningkatkan taraf ekonomi masyarakatnya. Salah satu kecamatan Wonosalam yang memiliki objek wisata paling populer berada di desa Carang Wulung, di desa ini terdapat objek wisata tempat edukasi dan *outbond* Kampung Djawi, wisata air alami banyu mili, dan wisata hutan pinus dengan beragam spot untuk mengabadikan momen kunjungan. Banyu mili menjadi destinasi wisata dengan adanya ketersediaan aliran alami yang jernih sehingga mampu disulap menjadi wisata air alami yang dikelola secara modern, begitupun dengan hutan pinus, dengan kekayaan alami dan ciri khas alami hutan pinus, dikemas dengan modern sehingga menjadi objek wisata yang sangat menarik untuk menjadi spot foto, bahkan sering dijadikan tempat aktifitas mini *outbond*, atau sesi *preewed*.

Saat ini, merebaknya *cafe* mulai jadi pemandangan sehari-hari. Melalui beragam penyebutan, seperti *Coffee Shop*, bahkan *cafe* sekalipun kian menjamur di berbagai kalangan. Maraknya *cafe* tersebut juga dibarengi dengan tema dan tujuan tertentu. misalnya, beragam konsep dengan iringan musik, terjangkauunya harga, hingga sajian menu dengan nuansa tradisional sampai

modern seakan menjadi daya tarik tersendiri khususnya bagi anak muda. *Cafe* masih menjadi andalan bagi para anak muda khususnya di Jombang. Hal ini dapat dilihat dari fenomena menjamurnya *cafe* di Jombang. Di Jombang eksistensi *cafe* mulai diperhitungkan bagi anak-anak muda khususnya mahasiswa. Umumnya, *cafe* di sini sebagai tempat bertatap muka, baik itu dengan keluarga, teman ataupun rekan bisnis. Tidak dipungkiri, pembuktian ini kian berpengaruh terhadap kehidupan anak-anak muda di Jombang ini seperti berkumpul dan hangout. Kini orang pergi ke *coffee shop* tidak hanya untuk mencicipi makanan atau minuman khasnya, melainkan untuk berkumpul dan bersantai dengan kelompoknya. Tak jarang kini di Jombang banyak terdapat *Coffee Shop* dengan konsep yang berbeda-beda.

Salah satunya perkembangan *coffee shop* ada di Kabupaten Jombang. Ada beberapa *coffee shop* yang ada di Kabupaten Jombang, beberapa diantaranya adalah *coffee shop* Epidemi, Coffee Culture, Essemu, Hustlehistory, dan Nara Kopi. Diantara *coffee shop* tersebut yang paling menonjol adalah *coffee shop* Epidemi. *Coffee shop* Epidemi lebih unggul dari segi penjualan, promosi media sosial, kualitas makanan atau minuman, ataupun dari segi lainnya. *Coffee shop* Epidemi merupakan gerai usaha yang berbentuk UD (Usaha Dagang).

Berikut ini merupakan data penjualan makanan atau minuman perhari dari *Coffee Shop* yang ada di Kabupaten Jombang :

Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Di *Coffee Shop* Jombang

No.	Nama coffee shop	Data Penjualan Makanan Atau Minuman Perhari
1	Epidemi	150
2	Coffee Culture	135
3	Essemu	120
4	Hustlehistory	100
5	Nara Kopi	90

Sumber : Pengelola *Coffee Shop* (2022)

Berdasarkan tabel 1.1 Menunjukkan bahwa penjualan makanan atau minuman dari *coffee shop* yang ada di Kabupaten Jombang adalah dengan rata-rata perharinya antara 90 sampai dengan 150 makanan atau minuman yang terjual. Penjualan makanan atau minuman tertinggi di dapat pada *coffee shop* Epidemi dengan jumlah 150 makanan atau minuman yang mampu terjual perharinya. Sedangkan penjualan paling terendah terdapat pada *coffee shop* Nara Kopi yang mampu menjual makanan atau minuman sebesar 90 makanan atau minuman perharinya.

Strategi merupakan konsep bagaimana perusahaan atau institusi mengatur dirinya dan semua kegiatan yang berhubungan dengannya, dengan tujuan agar bisnis yang jalankan dapat berhasil dalam persaingan dan melakukan imbal hasil kepada pemegang saham. Strategi dibutuhkan untuk menghadapi persaingan dalam dunia usaha agar bisnis yang jalankan tetap bertahan (Damayanti, 2021).

Strategi secara umum dapat diartikan sebagai upaya seseorang, atau organisasi membuat skema untuk mencapai sasaran yang hendak dituju. Dengan kata lain, strategi sebagai seni seseorang ataupun organisasi memanfaatkan seni, kemampuan dan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai sasaran

menggunakan cara-cara yang lebih efektif dan efisien demi mencapai keuntungan yang diharapkan (Abdhul, 2022).

Banyak strategi-strategi yang digunakan perusahaan untuk menjalankan bisnis guna mencapai tujuan yang diharapkan, salah satu strategi yang terpenting untuk menjalankan bisnis adalah dari segi pemasaran. Pemasaran adalah adalah suatu sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang dapat memuaskan keinginan dalam mencapai tujuan perusahaan (Astuti, 2021).

Peneliti marketing menurut Kurtz, menulis bahwa strategi pemasaran adalah program perusahaan dalam menentukan target pasar. Ia juga menambahkan bahwa strategi ini bertujuan untuk memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi dari elemen-elemen pemasaran, seperti produk, distribusi, promosi serta harga (Minlab, 2021).

Dalam strategi pemasaran, memilih lokasi usaha merupakan hal yang perlu diperhatikan sebelum membuka usaha. Adanya pemilihan lokasi usaha ini menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan pemasaran dari sebuah usaha. Semakin strategis lokasi usaha yang dipilih, semakin tinggi pula tingkat penjualan dan berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha (Mega, 2021).

Wisata di Wonosalam Jombang sepertinya sudah semakin banyak ditemui jika berkunjung ke Wonosalam. Wonosalam sendiri merupakan Kecamatan yang terletak di sebelah Tenggara Kabupaten Jombang yang berbatasan langsung dengan Kediri, Mojokerto dan Malang. Berada di kaki dan lereng

Gunung Anjasmoro dengan ketinggian 500-600 mdpl, membuat daerah Wonosalam memiliki suhu yang dingin dan tanah yang subur (Junaedi, 2021).

Selama ini orang mengenal Kawasan Wonosalam, Kabupaten Jombang sebagai sala satu sentra durian di Jawa Timur. Karena Wonosalam menghasilkan durian endemik yang telah diakui keunggulannya oleh Kementerian Pertanian sejak 2016 lalu.

Wonosalam juga dikenal sebagai kawasan penghasil coklat dan kopi yang mempunyai ciri khas dan cita rasa tersendiri (Junaedi, 2021). Setidaknya dalam kurun waktu lima tahun terakhir kopi Wonosalam mulai menggeliat dan menebarkan aroma eksotisnya. Tentu saja banyak pemicu yang memunculkannya. Salah satunya adalah adanya keterlibatan kaum muda, khususnya generasi milenial yang mulai menggeluti bidang perkopian dalam beberapa tahun terakhir ini karena dianggap memiliki prospek yang sangat menjanjikan dan menguntungkan (Junaedi, 2021).

Mereka sebagian adalah generasi yang orangtuanya sebelumnya sudah menjadi petani. Sebagian lagi adalah anak-anak muda yang memang tertarik dengan dunia perkopian meskipun tidak mempunyai genetik petani kopi. Sementara itu kegiatan budidaya masih lebih banyak dilakukan oleh orangtua dan para petani Wonosalam (Junaedi, 2021).

Demikian kedai-kedai yang diusahakan anak-anak muda di Wonosalam mulai bermunculan. Salah satu Generasi milenial yang menjadikan berbagai kearifan lokal yang terdapat pada Wonosalam sebagai strategi pemasaran adalah

Handoyo, pemuda asal Wonosalam yang menjadi salah satu pengelola *Cafe Jombang Lantai 2*.

Karena salah satu potensi dari Kecamatan Wonosalam adalah durian, coklat dan kopi. Pengelola *café* juga mengangkat UMKM para petani di Wonosalam dengan cara mengambil langsung dari petani durian, coklat dan kopi untuk dijadikan menu minuman spesial di *Cafe Jombang Lantai 2* ini.

Dari banyaknya *cafe* yang bermunculan, tempat nongkrong dengan nuansa baru ini yang cocok bagi milenial pecinta alam. *Cafe Jombang Lantai 2* ini berpotensi menjadi *cafe* yang digemari kalangan *milenial*.



Gambar 1.1 Pemandangan *Cafe Jombang Lantai 2*  
Sumber : Dokumentasi Peneliti

Karena berada di kawasan pegunungan Anjasmoro Wonosalam, *cafe* ini menawarkan pemandangan hijau yang cukup bagus dan suasana yang sejuk.



Gambar 1.2 Bangunan *Cafe* Jombang Lantai 2  
Sumber : Dokumentasi Peneliti

Dengan konsep bangunan yang menggunakan bahan bambu membuat kesan yang selaras dengan lokasi Jombang Lantai 2 yaitu dataran tinggi. Dari situlah asal mula *Cafe* Jombang Lantai 2.



Gambar 1.3 Tempat Indoor *Cafe* Jombang Lantai 2  
Sumber : Dokumentasi Peneliti



Gambar 1.4 Tempat Outdoor *Cafe* Jombang Lantai 2  
Sumber : Dokumentasi Peneliti

Di *cafe* ini selain terdapat tempat indoor, namun pengunjung juga bisa memilih tempat outdoor.



Gambar 1.5 Aliran Sungai Di Lantai Bawah *Cafe* Jombang Lantai 2  
Sumber : Dokumentasi Peneliti

Karena tongkrongan berkonsep alam seperti ini, dengan menyuguhkan pemandangan di lantai 2. Pengunjung juga bisa menikmati kopi dengan melihat aliran sungai yang terdapat pada lantai bawah.

Tak hanya sebatas *cafe* untuk berkumpul, nyemil, makan dan minum saja. *Cafe* ini akan terus berkembang menawarkan konsep komplit mulai dari wisata alam dan wisata edukasi seperti pertanian dan peternakan.



Gambar 1.6 Suasana *Cafe* Jombang Lantai 2 Pada Malam Hari  
Sumber : Dokumentasi Peneliti

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, sehingga penulis tertarik melakukan penelitian “Strategi Pemasaran melalui Kearifan Lokal pada *Cafe*



Jombang Lantai 2 Di Wonosalam Jombang”. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pelengkap dan tambahan bagi sumber penelitian yang akan datang.

### **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka peneliti berfokus pada strategi pemasaran melalui kearifan lokal pada *Cafe* Jombang Lantai 2.

### **1.3 Rumusan Penelitian**

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan, maka penulis mencoba merumuskan masalah pada penelitian ini yaitu “Bagaimana strategi pemasaran melalui kearifan lokal pada *Cafe* Jombang Lantai 2?”.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui strategi pemasaran melalui kearifan lokal pada *Cafe* Jombang Lantai 2.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat Teoritis

Untuk mengembangkan pengetahuan khususnya dibidang manajemen pemasaran.

#### 2. Manfaat Praktis

Untuk menambah informasi dan wawasan bagi pebisnis khususnya *cafe* guna mengembangkan bisnis melalui kearifan lokal.