

# **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEUNGGULAN BERSAING PADA DAFA KAFE BULUKUMBA**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana (S1)  
Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Alauddin Makassar**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
**ALAUDDIN**  
M A K A S S A R

Oleh:  
**SULKIFLI**  
NIM. 90200114030

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR  
TAHUN 2019**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Sulkifli  
NIM : 90200114030  
Tempat/Tgl. Lahir : Bulukumba, 25 Mei 1995  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Alamat : Jalan Sultan Hasanuddin Kompleks Graha Satelit, Blok H/21 Sungguminasa, Gowa.  
Judul : **Analisis Faktor-Faktor Keunggulan Bersaing Pada Dafa Kafe Bulukumba**

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar hasil karya sendiri. Jika dikemudian hari ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain sebagian atau seluruhnya maka skripsi dan gelar yang diperoleh akan batal demi hukum.

Gowa, 28 Februari 2019

Penyusun,

**Sulkifli**  
NIM. 90200114030

### PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “**Analisis Faktor-Faktor Keunggulan Bersaing Pada Dafa Kafe Bulukumba**”, yang disusun oleh **Sulkifli**, NIM: 90200114030, Mahasiswa Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Selasa, tanggal 22 Februari 2019, bertepatan dengan 17 Jumadil Akhir 1440 H, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen.

Samata-Gowa, 22 Februari 2019

17 Jumadil Akhir 1440 H

#### DEWAN PENGUJI

Ketua : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.  
Sekertaris : Prof. Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag.  
Munaqisy I : Dr. H. Abdul Wahab, M.Si.  
Munaqisy II : Dr. Syaharuddin, M.Si  
Pembimbing I : Prof. Dr. Mukhtar Lutfi, M.Pd  
Pembimbing II : Okta Nofri, Ph.D

(.....)  
(.....)  
(.....)  
(.....)  
(.....)  
(.....)

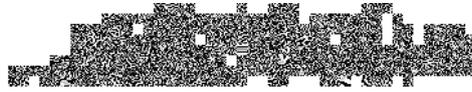
Diketahui Oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Alauddin Makassar



H. Ambo Asse, M.Ag  
81022 198703 1 002

## KATA PENGANTAR



Segala puji senantiasa kita panjatkan kepada Allah, Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa memberikan rahmat, taufiq dan inayah-Nya kepada kita semua sehingga kita dapat menjalankan rutinitas sehari-hari. Shalawat serta salam senantiasa kita kirimkan kepada nabi dan rasul yang menjadi tokoh revolusioner dalam menumpas kekufuran, yakni Nabi Muhammad SAW serta keluarga dan sahabat beliau yang telah membawa kita dari jurang yang penuh kesesatan menuju sebuah kehidupan yang penuh kebahagiaan dan kedamaian.

Suatu rahmat yang besar dari Allah SWT yang selanjutnya penulis syukuri, karena dengan kehendaknya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai prasyarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Adapun judul skripsi ini adalah “Analisis Faktor-Faktor Keunggulan Bersaing pada Dafa Kafe Bulukumba”.

Dalam penyusunan penulisan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu penulis menghaturkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya, khususnya kepada kedua Orang Tua tercinta penulis, Mustari dan Ibunda tercinta Nursyah, serta ketiga adik saya Selviana, Syawal dan Sakinah. Serta seluruh keluarga besar yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu atas segala pengertian juga dukungan morilnya yang merupakan sumber kekuatan

terbesar penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan juga perkenankan penulis menghaturkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse., M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
2. Ibu Dr. Hj. Rika Dwi Parmitasar SE., M. Comm. Selaku Ketua jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
3. Bapak Achmad Effendy, S.E., MM, Selaku Sekertaris Jurusan Manajemen.
4. Bapak Prof. Dr. Mukhtar Lutfi, M.Pd selaku pembimbing I yang telah memberi arahan dan koreksi dalam penyusunan skripsi ini dan membimbing penulis sampai taraf penyelesaian.
5. Bapak Okta Nofri Ph.D, selaku pembimbing II atas kesediaannya memberikan bimbingan yang sangat luar biasa intens, mengoreksi dan masukan yang membangun dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Segenap dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar.
7. Sahabat Kesayanganku Fathinah Qauliah S.M, Nur Isna S.H dan Nurandini Aliya Sam S.Ik
8. Seluruh teman-teman di Manajemen A angkatan 2014 saudara Aprisal S.M, Mushawwir S.M, Erham Erlangga S.M, Riswandi S.M, Nurul Annisa S.M, Yuyun Haspianti S.M. beserta seluruh teman-teman Manajemen Ekonomi angkatan 2014 mulai dari kelas B-C-D, dan yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

9. Sahabat seperjuangan di terbaikkku di FEBI, Sahlan Nur, Muh Saleh S.M, Alim Solihin, Siti Nur Amna, dan Noviza.
10. Seluruh Senior-senior di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, Khususnya pada Jurusan Manajemen yang senantiasa memberi kontribusi positif yang tulus terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan peningkatan kreativitas belajar penulis. Diantaranya Kanda Gusti, Kanda Imam, serta seluruh kakanda di Jurusan Manajemen yang tidak bisa saya ucapkan satu persatu.
11. Seluruh Saudaraku dan adik-adikku organisasi ekstra saya kampus Exact One SMAN 7 Bulukumba 2014, Purna Paskibraka Indonesia Sulawesi Selatan, Asosiasi Duta Wisata Indonesia, Forum GenRe Sulawesi Selatan, Keluarga bsar Rumah Print Bulukumba, Hilo Green Community Makassar, Harian Radar Selatan, Klik Bulukumba, dan masih banyak lagi

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masihlah jauh dari unsur kesempurnaan, masih banyak terdapat kekeliruan dan kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan ilmu maupun minimnya pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna kesempurnaan tugas akhir ini.

Semoga segala bentuk bantuan yang penulis terima dari berbagai pihak dibalas oleh Allah SWT. Dan semoga tugas akhir ini dinilai ibadah di sisi-Nya dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya, khususnya pada lingkungan program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Akhirnya semoga segenap aktivitas yang kita lakukan mendapat bimbingan dan ridho dari-Nya. Allahumma amin.

**Wassalamu ‘alaikum Wr Wb**

Samata,  
Penulis,

**SULKIFLI**  
**90200114030**



## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Penelitian Terdahulu .....	8
D. Tujuan penelitian.....	9
E. Manfaat penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN TEORETIS</b>	
A. Konsep Pemasaran .....	10
B. Resource Based Theory (RBT) .....	14
C. Keunggulan Bersaing .....	15
D. Kerangka pikir.....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan lokasi Penelitian.....	19
B. pendekatan Penelitian.....	20
C. Sumber data .....	20
D. Metode pengumpulan data .....	21
E. Instrumen penelitian .....	22
F. Teknik analisis data .....	24
G. Pengujian keabsahan data.....	25
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
A. Sejarah singkat Dafa Kafe.....	26
B. Karakteristik Informan .....	30
C. Faktor-faktor keunggulan bersaing Dafa Kafe.....	31
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	49
B. Saran.....	50
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Penduduk di Kab.Bulukumba.....	2
Tabel 1.2 Omset dan Pangsa Pasar Kafe di Kab.Bulukumba .....	4
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu .....	7
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian .....	23
Tabel 4.1 Identitas Informan Berdasarkan Jenis Kelamin .....	30
Tabel 4.2 Identitas Informan Berdasarkan Umur.....	30
Tabel 4.3 Identitas Informan Berdasarkan Pekerjaan .....	30
Tabel 4.4 Daftar Menu Dan Harga Kafe Di Bulukumba .....	32



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	30
Gambar 3.1 Proses Analisis Data Kualitatif .....	55



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Wawancara

Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara

Lampiran 4 Dokumentasi Kegiatan Dafa Kafe Bulukumba



## ABSTRAK

**Nama** : Sulkifli  
**Nim** : 90200114030  
**Judul** : Analisis Faktor-Faktor Keunggulan Bersaing Pada Dafa Kafe Bulukumba

---

Manusia merupakan makhluk hidup yang memiliki impian, kebutuhan dan keinginan. Sebuah fenomena menarik yang berkembang di masyarakat yaitu bermunculannya kafe sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan manusia jasmani manusia, melainkan juga memenuhi hasrat batin bagi pelangganya. Kemunculan kafe sendiri tentunya hal yang sangat terlihat jelas, tidak terkecuali di Kabupaten Bulukumba. Beberapa kafe yang terdapat di Bulukumba adalah Natural Kafe , Labissa Kafe , dan Dafa Kafe. Dafa Kafe merupakan salah satu kafe yang menjadi idola bagi masyarakat Kabupaten Bulukumba.

Dalam penelitian ini hal yang akan dibahas adalah faktor-faktor apa saja yang menjadi keunggulan bersaing Dafa Kafe Bulukumba. Metode penelitian deskriptif kualitatif, Dimana konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemasaran, *Resources Based Theory*, dan Keunggulan bersaing. Faktor harga mejadi poin pertama daya Tarik pelanggan mengunjungi Dafa Kafe, disusul dengan brand dan kualitas cita rasa yang khas dari bahan dasar teh yang hanya dimiliki oleh kafe ini. Serta beberapa faktor pendukung lainnya seperti, desain dan tampilan kafe, live music setiap rabu dan sabtu malam setiap mingunya, aktif menjadi sponsorship pada berbagai event, pemberian kompensasi kepada para pegawai, memiliki dua cabang pembantu serta kekuatan promise sosial media dan pemesana yang dapat dilakukan secara online.

Dari penelitian ini didapatkan kesimpulan bahwa sebagai market leader dalam dunia persaingan usaha khususnya Kafe, Dafa kafe kini berhasil membawa brandnya menjadi unggul di pasaran.

Kata kunci: *Keunggulan Bersaing, Dafa Kafe.*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Sudah menjadi pemahaman bersama bahwa manusia memiliki impian, kebutuhan dan keinginan. Impian dan keinginan tidak terbatas, sementara kebutuhan beragam dan terbatas. Kebutuhan yang beragam tersebut seakan menjadi hal yang harus senantiasa diusahakan pemenuhannya sesuai ataupun tidak sesuai, hal ini sejalan dengan dengan teori *Maslow* mengemukakan mengenai berbagai kebutuhan dasar manusia yang wajib dipenuhi lebih dulu kemudian dilanjutkan dengan kebutuhan selanjutnya. setiap individu memiliki kebutuhan-kebutuhan yang tersusun secara hierarki dari tingkat yang paling mendasar sampai pada tingkatan yang paling tinggi.

Sehubungan dengan pemenuhan kebutuhan tersebut, ada fenomena menarik yang berkembang di masyarakat yaitu bermunculanya kafe sebagai salah satu solusi yang tidak hanya memenuhi kebutuhan manusia jasmani manusia, melainkan juga memenuhi hasrat batin bagi pelangganya. Kemunculan kafe sendiri tentunya hal yang sangat terlihat jelas, tidak terkecuali di Kabupaten Bulukumba, Sulawesi Selatan.

Dilansir dari <https://www.bulukumbakab.go.id/> yang diakses pada tanggal 1 September 2018. Bulukumba sendiri merupakan sebuah kabupaten yang terletak di Sulawesi Selatan. Ibu kota kabupaten Bulukumba terletak di Kota Bulukumba. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 1.154,67 km<sup>2</sup> dan mempunyai 10 kecamatan,

24 kelurahan, serta 123 desa. Jarak tempuh dari kota Makassar ke Bulukumba sekitar 153 km. Berdasarkan data dari Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Bulukumba 2014, jumlah penduduk Kab. Bulukumba berdasarkan sensus penduduk yang dilakukan pada tahun 2014 adalah 435.035 penduduk, dengan rincian 217.515 jiwa laki-laki dan 217.520 jiwa wanita.

**Tabel 1.1**  
**Penduduk Menurut Kecamatan di Kabupaten Bulukumba (2010–2014)**

No	Kecamatan	2010 (jiwa)	2011 (jiwa)	2012 (jiwa)	2013 (jiwa)	2014 (jiwa)
1	Gantarang	71.158	71.741	72.183	77.276	78.468
2	Ujung Bulu	48.126	48.518	48.818	50.560	49.807
3	Ujung Loe	39.533	39.859	40.105	36.812	45.089
4	Bontobahari	23.976	24.180	24.329	28.294	28.173
5	Bontotiro	22.808	23.004	23.146	27.715	29.724
6	Herlang	24.128	24.332	24.482	31.531	29.724
7	Kajang	47.080	47.467	47.760	53.391	46.880
8	Bulukumpa	50.835	51.252	51.568	53.836	53.415
9	Rilau Ale	37.809	38.121	38.357	42.491	42.539
10	Kindang	29.815	30.057	30.242	31.967	31.850
	Bulukumba	395.268	398.531	400.990	433.873	435.035

Sumber : Profil Daerah Kabupaten Bulukumba Tahun 2014, Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Bulukumba 2014.

Tabel diatas menjelaskan bahwa jumlah penduduk Kab. Bulukumba meningkat secara signifikan dari tahun 2010 hingga 2014. Jumlah penduduk tertinggi di duduki oleh Kecamatan Gantarang 78.468 disusul oleh Kecamatan

Bulukumpa sebanyak 53.415 jiwa dan urutan ketiga Kecamatan Ujung Bulu sebanyak 49.807 jiwa.

Sepuluh kecamatan tersebut, tujuh di antaranya merupakan daerah pesisir sebagai sentra pengembangan pariwisata bahari dan perikanan yaitu, Kecamatan Gantarang, Kecamatan Ujungbulu, Kecamatan Ujung Loe, Kecamatan Bontobahari, Kecamatan Bontotiro, Kecamatan Kajang dan Kecamatan Herlang. Empat kecamatan lainnya tergolong sentra pengembangan pertanian dan perkebunan, yaitu Kecamatan Kindang, Kecamatan Rilau Ale dan Kecamatan Bulukumpa.

Kecamatan Ujung Bulu sebagai Ibu Kota Kabupaten di Bulukumba tentunya menjadi sentra kegiatan di Kabupaten Bulukumba, Mulai dari kegiatan pemerintahan hingga kegiatan perekonomian. Jika lebih spesifik pada bidang pemerintahan, banyaknya jenis kegiatan perdagangan atau transaksi jual beli bermunculan di Kabupaten Bulukumba. Salah satu jenis kegiatan jual beli yang tengah marak ialah hadirnya kafe sebagai bentuk jual beli masa kini.

Munculnya kafe disetiap sudut Kabupaten Bulukumba tergolong hal yang masih baru, sejak penghujung tahun 2013 kafe mulai menunjukkan eksistensinya di Kabupaten Bulukumba. Tidak hanya di Kecamatan Ujung Bulu sebagai pusat Ibu kota, beberapa kecamatan tidak kalah antusias untuk menghadirkan kafe sebagai salah satu jenis pemenuhan kebutuhan bagi masyarakat khususnya kalangan muda. Beberapa kafe yang terdapat di Bulukumba adalah Natural Kafe , Labissa Kafe , dan Dafa Kafe.

Terlihat dari beberapa kafe yang populer, Dafa Kafe merupakan salah satu kafe yang menjadi idola bagi masyarakat Kabupaten Bulukumba. Dafa Kafe digunakan masyarakat sebagai tempat bersantai ataupun sekedar menghabiskan waktu luang mereka hal ini terlihat dari ramainya pelanggan,. Memulai usaha sejak tahun 2013 lalu di Kabupaten Bulukumba, Dafa Kafe hadir dalam bentuk kedai atau gerobak dagang, hingga pada akhirnya tahun 2015 berkembang pesat menjadi sebuah kafe dengan tampilan yang menarik dan bernuansa kekinian. Keberhasilan ini tentunya tidaklah diraih dengan mudah, terdapat usaha yang besar serta teknik pemasaran yang maksimal baik secara langsung maupun melalui sosial media.

**Tabel 1.2**  
**Omset dan Pangsa Pasar Kafe di Bulukumba (2015-2017)**

No	Kafe	Omset dan Pangsa Pasar					
		2015	%	2016	%	2017	%
1	Dafa Kafe	93,060,000	11.74	191,382,000	19.69	260,000,000	23.25
2	Labissa Kafe	66,040,000	8.33	71,510,000	7.36	79,100,000	7.07
3	Natural Kafe	73,350,000	9.26	92,880,000	9.56	101,700,000	9.09
4	Kafe Lainnya	560,000,000	70.67	616,000,000	63.39	677,600,000	60.59
	Total	792,450,000	100	971,772,000	100	1,118,400,000	100

Sumber : Data Primer, Diolah (2018)

Potensi pasar kafe di Bulukumba meningkat cukup pesat yang tumbuh sebesar 22,6% pada tahun 2016. Data ini menunjukkan bahwa kemunculan kafe di Kabupaten Bulukumba terlihat jelas dengan aperserntasi tersebut. Berbeda dengan tahun sebelumnya pertumbuhan volume kafe untuk tahun 2017 hanya mencapai 15,1 %. Angka ini menunjukkan hadirnya beberapa kafe baru ditahun 2017 hadir untuk mengikuti jejak kafe yang muncul lebih awal pada tahun 2016 bahkan sebelumnya.

Tabel di atas menunjukkan volume pasar tiga kafe yang populer di Kabupaten Bulukumba, berdasarkan table diatas, Dafa Kafe berada pada peringkat pertama berdasarkan hasil penjualan pada sejak tahun 2015 hingga 2017. Pada tahun 2015 Dafa Kafe meraup penjualan sebesar Rp. 93.060.000,- ditahun berikutnya terjadi peningkatan cukup impresif dengan hasil penjualan Rp. 191.382.000,- dan tahun 2017 keuntungan penjumlahan semakin meningkat pada angka Rp. 260.000.000,- di banding pesaingnya. Data tersebut menunjukkan bahwa Dafa Kafe telah berhasil menjadi *Market Leader*.

Pertumbuhan omset penjualan untuk tahun 2016 menunjukkan angka penjalan yang variatif diantaranya Dafa Kafe, Labissa Kafe dan Natural Kafe. Sedangkan pada tahun 2017 masing-masing mengalami pertumbuhan penjualan, Meskipun peningkatan Dafa Kafe tidak sebesar tahun sebelumnya namun berhasil mengalami pertumbuhan paing maksimal di antara kedua pesaing. Posisi kedua diduduki oleh Labissa Kafe yang mengalami pertumbuhan lebih dibanding tahun sebelumnya dan terakhir oleh Natural Kafe

Keberhasilan suatu kafe sangat ditentukan oleh keberhasilan pemasaran kafe tersebut. Dengan kata lain, tujuan dari kegiatan pemasaran tentunya agar produk yang dipasarkan mendapatkan tanggapan positif dari konsumen, sehingga berdampak positif pula bagi kafanya agar mampu bersaing dengan kafe lain yang mengeluarkan produk sejenis. Manajemen perusahaan harus mampu mengelolah perusahaannya dengan baik dan menyusun strategi pemasarannya.

Suatu unit usaha harus berpedoman pada strategi, serta menemukan cara baru untuk mengembangkannya. Strategi merupakan alat agar dapat mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, serta prioritas alokasi sumber daya. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif atau yang biasa disebut keunggulan bersaing. ( Husain 2010)

Keunggulan bersaing adalah suatu posisi dimana sebuah perusahaan menguasai sebuah ajang persaingan bisnis (laylani dan Agusti 2016) Keunggulan bersaing (*Competitive Advantage*) digambarkan sebagai suatu keadaan dimana ketika sebuah perusahaan dapat melakukan sesuatu dan perusahaan lainnya tidak dapat, atau memiliki sesuatu yang di inginkan pesaingnya. Memperoleh dan mempertahankan keunggulan bersaing sangat penting bagi keberhasilan jangka panjang sebuah organisasi. ( Freddy 2012)

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis ingin membahas mengenai **Analisis Faktor-Faktor Keunggulan Bersaing pada Dafa Kafe Bulukumba.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa saja yang menjadi keunggulan bersaing Dafa Kafe Bulukumba.

### C. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan studi kepustakaan yang dilakukan, ada beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini yaitu :

**Tabel 1.3**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama	Judul	Pendekatan	Hasil
1.	Imam Gozali, 2015	Analisis Kinerja Pemasaran untuk Men-capai Keung-gulan Bersaing (Studi pada Centra Industri Pakaian Batik di Pekalongan)	Teknik analisis data menggunakan analisis SEM ( <i>Structural Equation Model</i> ).	Hasil penelitian mereko-mendasikan orientasi strategi, Kreativitas dan Ino-vasi berpengaruh secara sig-nifikan terhadap kinerja pe-masaran. Orientasi strategi, kreativitas dan Inovasi ber-pengaruh terhadap keung-gulan bersaing melalui kin-erja pemasaran. Kinerja pe-masaran berpengaruh lang-sung terhadap keunggulan bersaing pada Centra Ind-ustri Pakaian Batik di Pek-alongan.
2.	Trifandi Lasalewo, 2012	Faktor-Faktor yang Mempe-ngaruhi Keun-ggulan Ber-saing Industri di Provinsi Gorontalo	Menggunakan Metode <i>The Law of Comparative Judgement</i> (LCJ)	Hasil penyebaran kuesioner dan pengolahan data tahap I dengan menggunakan Meto-de The Law of Comparative Judgement (LCJ), diperoleh fakta bahwa terdapat 11 vari-abel yang layak dipertim-bangkan sebagai pem-bentuk model competitive priorities pada IKM di Provinsi Goro-ntalo. Dari hasil pengum-pulan dan pengolahan data tahap II, diperoleh informasi bahwa terdapat

				10 (sepuluh) faktor dominan yang secara signifikan mempengaruhi keunggulan bersaing IKM di Provinsi Gorontalo.
3.	Adhitya Yoga Prasetya, S.Ip, S.E., M.M 2015	Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Produk dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pemasaran	Metode purposive ( <i>purposife sampling</i> )	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teknologi ber-pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing produk. Inovasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing produk. Selanjutnya keunggulan bersaing produk berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran.
4.	Aang Curatman, Rahmadi, Soesanty Maulay, dan Mastur Mujib Ikhsani, 2016	Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti, Kota Cirebon	Metode atau teknik analisis <i>Path analy,</i> <i>Path analysis</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi strategi(X1) dan orientasi pasar(X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Inovasi produk (Y1) dengan taraf uji $\alpha=5\%$ ( $p\text{-value}=0,022 < \alpha$ ). Inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing sebesar 13.1%. hal ini berarti bahwa apabila perusahaan ingin mempunyai keunggulan bersaing, maka perusahaan dapat menciptakannya melalui kegiatan inovasi terhadap produk yang dihasilkannya.

Sumber : Penulis 1 (2015), Penulis 2 (2012), Penulis 3 (2016), Penulis 4 (2016)  
Penulis 5 (2016)

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab dari rumusan masalah yang sudah dibuat yaitu untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi keunggulan bersaing pada Dafa Kafe Bulukumba sehingga berhasil mengambil posisi sebagai pemimpin pasar.

#### **E. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Akademis**

Adapun manfaat yang dapat diambil oleh para akademisi dari hasil penelitian ini nantinya adalah sebagai berikut :

- a. Memberikan informasi dan pengetahuan tentang faktor-faktor apa saja yang menjadi keunggulan bersaing Dafa Kafe Bulukumba.
- b. Sebagai bahan masukan dan menambah referensi dalam kajian ekonomi manajemen.

##### **2. Manfaat Praktis**

Adapula manfaat praktis yang bisa diperoleh dari penelitian ini adalah :

- a. Memberi sumbangan berupa data dan hasil analisis data faktor-faktor apa saja yang menjadi keunggulan bersaing Dafa Kafe Bulukumba.
- b. Bagi para peneliti selanjutnya dapat memberikan inspirasi mengenai metode dan hasil riset serta rujukan untuk topik penelitian yang sama.

## BAB II

### TINJAUAN TEORETIS

#### A. Konsep Pemasaran

##### 1. Pemasaran

Dalam dunia ekonomi terdapat banyak jenis kegiatan, khususnya dalam bidang pemasaran. Salah satu kegiatan yang tidak asing lagi pada seluruh lapisan masyarakat adalah pemasaran. Kegiatan ini bisa jadi tergolong hal yang menduduki peringkat utama dalam kehidupan sehari-hari karena setiap individu dalam masyarakat tidak lepas dari kegiatan jual beli yang merupakan salah proses pemasaran.

Penafsiran yang sempit tentang pemasaran ini terlihat pula dari defenisi *American Market Association* 1960, yang menyatakan pemasaran adalah hasil prestasi kerjakegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen. Disamping penafsiran ini terdapat pula pandangan yang lebih luas, yang menyatakan pemasaran merupakan proses kegiatan yang mulai jauh sebelum barang-barang/bahan-bahan masuk dalam proses produksi. (Sofjan 2015)

Pemasaran juga memiliki sangkut paut dengan kebutuhan hidup sehari-hari banyak orang. Melalui proses tersebut, produk atau jasa diciptakan, dikembangkan dan didistribusikan ke masyarakat. Kebanyakan orang menganggap bahwa pemasaran sama dengan penjualan dan promosi, padahal sebenarnya tidak seperti itu. Pada hak

yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran. Pemasaran berfokus pada upaya penciptaan dan pemeliharaan relasi pertukaran yang saling memuaskan. (Sudaryono, 2016)

Menurut *Freddy* pemasaran adalah kegiatan manusia yang dilakukan berdasarkan arahan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Sedangkan menurut Kotler, pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan prosuk yang bernilai kepada pihak lain (2009 dalam Hendry harono dkk 2012)

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu perpaduan dari aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen melalui penciptaan, penawaran serta pertukaran produk dan jasa yang bernilai serta promosi, distribusi dan harga agar kebutuhan konsumen dapat terpuaskan dengan baik pada tingkat keuntungan tertentu. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen inilah yang menjadi konsep inti dari pemasaran.

## **2. Pemasaran Dalam Perspektif Islam**

Manajemen pemasaran dalam perspektif islam adalah semua kegiatan dalam bisnis berupa kegiatan penciptaan nilai (*value creating acivities*), yang memungkinkan siapapun yang melakukannya dapat tumbuh dan mampu mendayagunakan kemanafaatannya berlandaskan pada kejujuran, keadilan,

keterbukaan, dan keikhlasan sesuai dengan proses prinsip pada akad bermuamalah islam atau perjanjian transaksi bisnis dalam islam.

Secara kesimpulan pemasaran islami merupakan suatu proses yang seluruh prosesnya menerapkan nilai-nilai islam. Dalam islam, kegiatan pemasaran hendaknya senantiasa dilandaskan pada semangat beribadah hanya kepada Allah SWT. Kegiatan pemasaran dilakukan sebagai usaha untuk meraih kesejahteraan bersama dan tidak untuk kepentingan sesaat, golongan, atau kepentingan sendiri. Pemasaran dalam islam berfungsi sebagai penghubung silaturahmi antara produsen dan konsumen, sebagaimana dalam hadis berikut: “*Barang siapa yang ingin dilapangkan rezekinya atau dipanjangkan umurnya maka berslurahmilah.*” (HR. Muslim, Abu Dawud, dan Ahmad)” sebagaimana firman Allah SWT, dalam dalam ayat berikut: QS. An-Nisa /4:29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahnya :

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisaa: 29)

Makna ayat ini menerangkan hukum transaksi secara umum, lebih khusus kepada transaksi perdagangan, bisnis jual beli. Dalam ayat ini Allah mengharamkan orang beriman untuk memakan, memanfaatkan, menggunakan, (dan segala bentuk transaksi lainnya) harta orang lain dengan jalan yang batil,

yaitu yang tidak Islam sangat mendorong umatnya untuk menjadi seorang pedagang yang baik. Bahkan, Rasulullah SAW. merupakan seorang pedagang sukses sebelum diangkat menjadi rasul. Hal ini mengajarkan bahwa dengan kejujuran yang dimiliki oleh Rasulullah SAW. saat berdagang, bukan menjadikan beliau merugi, melainkan menjadikan beliau sukses dalam berdagang. Oleh karena itu, umat Islam (khususnya pebisni/pedagang) hendaknya mencontoh Rasulullah SAW. dalam kegiatan perdagangan.

Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam telah mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika keislaman. Dalam beraktivitas ekonomi, umat Islam dilarang melakukan tindakan bathil. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridho, sebagaimana firman Allah Ta'ala dalam Q.S Al-Hajj/77 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ۖ رَكَعُوا ۖ وَسُجِدُوا ۖ وَعِبُدُوا رَبَّكُمْ ۖ وَفَاعِلُوا ۖ لَلْخَيْرِ لَعَلَّكُمْ  
تُفْلِحُونَ

Terjemahannya :

Wahai orang-orang yang beriman, rukuklah, sujudlah, dan sembahlah Tuhanmu, dan berbuatlah kebaikan agar kamu beruntung. (Q.S Al-Hajj:77)

Keberuntungan seseorang dapat dilihat dari sikap dan perbuatannya, baik kepada sesamanya utamanya kepada sang penciptanya. Begitupun dalam dunia pemasaran tentunya terdapat etika-etika yang baik dalam proses pengerjaannya. Dalam Islam terdapat sembilan macam etika (akhlak) yang harus dimiliki seorang tenaga pemasaran. Yaitu: (1) Memiliki kepribadian spiritual (taqwa);(2) Berkepribadian baik dan simpatik (shiddiq); (3) Berlaku adil dalam berbisnis (al-

'adl); (4) Melayani nasabah dengan rendah hati (khitmah); (5) Selalu menepati janji dan tidak curang (tahfif); (6) Jujur dan terpercaya (amanah); (7) Tidak suka berburuk sangka; (8) Tidak suka menjelek-jelekkan; dan (9) Tidak melakukan suap (risywah).

#### **F. *Resources Based Theory (RBT)***

*Resource Based Theory* adalah teori yang berkembang dalam manajemen strategik dan keunggulan kompetitif dalam perusahaan yang menyakini bahwa perusahaan akan mencapai keunggulan apabila memiliki sumber daya yang handal. Teori ini mengacu pada keunggulan perusahaan apabila memiliki sumber daya yang unggul. Dengan sumber daya yang unggul maka perusahaan akan memiliki keunggulan bersaing dibanding dengan perusahaan lain.

*Resource Based Theory* dipelopori oleh Penrose (1959) yang mengemukakan bahwa sumber daya perusahaan adalah heterogen, tidak homogen, jasa produktif yang tersedia berasal dari sumber daya perusahaan yang memberikan karakter unik bagi tiap-tiap perusahaan. Sumber daya unik yang dimaksudkan dalam teori *Resource Based Theory* (RBT) adalah sumber daya yang bernilai (*valuable*), langka (*rare*), tidak dapat ditiru (*inimitable*), dan tidak tergantikan (*non substitutable*) (Lestari dkk, 2012)

Hal ini menunjukkan bahwa sumber daya unik perusahaan dapat menciptakan keunggulan bersaing bagi perusahaan tersebut jika tidak dimiliki perusahaan lain. Perusahaan juga dapat menciptakan keunggulan berkelanjutan melalui pemilihan sumber daya potensial secara tepat. Oleh karena itu,

manajemen perlu melakukan identifikasi terhadap sumber daya potensial perusahaan agar keunggulan bersaing dapat terjaga.

Menurut *Wernerfelt* (1984) dengan pandangan *Resource-Based Theory*, perusahaan memperoleh keunggulan bersaing dan kinerja keuangan yang baik dengan cara memiliki, menguasai dan memanfaatkan aset-aset strategis yang penting. Menurut Barney yang dikutip oleh Madhani (2009), sumber daya perusahaan meliputi sumber daya fisik, sumber daya manusia dan sumber daya organisasi. Ketiga sumber daya tersebut mencerminkan modal intelektual yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

#### **G. Keunggulan Bersaing**

Menurut *Resource Based Theory* (RBT), perusahaan memperoleh keunggulan bersaing dan mencapai kinerja yang unggul dengan memiliki, memperoleh, dan menggunakan aset strategis secara efektif. Aset-aset strategis yang dimaksud mencakup aset berwujud berupa aset fisik, dan aset tidak berwujud yang telah dimiliki, dikembangkan, dan digunakan perusahaan dalam mempertahankan strategi yang kompetitif dan menguntungkan *Wernerfelt*, (1984) dalam *Komnenic dan Pokrajcic*, 2012. Aset fisik seperti tanah, mesin, dan bangunan sangat mudah diperoleh di pasar bebas dan sangat mudah untuk ditiru, sehingga sulit bagi perusahaan jika hanya mengandalkan aset fisik semata. Oleh karena itu, perusahaan juga harus memanfaatkan aset tidak berwujud yang dimilikinya agar bisa bersaing ditengah persaingan industri yang semakin ketat.

*Barney* (1991) dalam *Komnenic dan Pokrajcic*, (2012) mengatakan bahwa aset tidak berwujud dapat diperlakukan sebagai aset strategis yang dapat

memberikan keunggulan kompetitif berkelanjutan bagi perusahaan karena sifatnya yang berharga, sulit ditiru, langka dan sukar untuk disubstitusi dengan hal lain.

David (2006) menggambarkan keunggulan bersaing (*Competitive Advantage*) sebagai suatu keadaan dimana ketika sebuah perusahaan dapat melakukan sesuatu dan perusahaan lainnya tidak dapat, atau memiliki sesuatu yang diinginkan pesaingnya. Grant (1991) menyatakan definisi keunggulan bersaing adalah ketika dua perusahaan bersaing (pada pasar dan pelanggan yang sama), satu perusahaan memiliki tingkat keuntungan dan potensi mendapatkan laba yang lebih tinggi daripada perusahaan lainnya. Pendekatan organisasi industrial (*Industrial Organization-I/O*) terhadap keunggulan kompetitif menyatakan bahwa faktor eksternal (industri) lebih penting dari faktor internal dalam perusahaan yang ingin mencapai keunggulan kompetitif (Fred R David, 2006:254).

Keunggulan kompetitif menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai yang berasal dari pengelolaan sumber daya perusahaan. Menurut Porter (1985), keunggulan bersaing merupakan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan pengembalian investasi secara berkala diatas rata-rata industri. Keunggulan bersaing digunakan sebagai strategi perusahaan dalam melakukan inovasi yang berbeda dari pesaingnya dan memenangkan pangsa pasar (Libyanita dan Wahidahwati, 2016).

Menurut Madhani (2009) kriteria agar suatu perusahaan dapat dikatakan memiliki keunggulan kompetitif adalah :

1. Berharga (V): sumber daya berharga jika memberikan nilai strategis bagi perusahaan. Sumber daya memberikan nilai jika membantu perusahaan dalam memanfaatkan peluang pasar atau membantu dalam mengurangi ancaman pasar. Tidak ada keuntungan dari memiliki sumber daya jika tidak menambah atau meningkatkan nilai perusahaan
2. Langka (R): sumber daya yang sulit untuk ditemukan di antara pesaing dan menjadi potensi perusahaan. Oleh karena itu sumber daya harus langka atau unik untuk menawarkan keunggulan kompetitif. Sumber daya yang dimiliki oleh beberapa perusahaan di pasar tidak dapat memberikan keunggulan kompetitif, karena mereka tidak dapat merancang dan melaksanakan strategi bisnis yang unik dibandingkan dengan kompetitor lain
3. *Imperfect Imitability* (I): sumber daya dapat menjadi dasar keunggulan kompetitif yang berkelanjutan hanya jika perusahaan yang tidak memegang sumber daya ini tidak bisa mendapatkan mereka atau tidak dapat meniru sumber daya tersebut;
4. Non-substitusi (N): non-substitusi sumber daya menunjukkan bahwa sumber daya tidak dapat diganti dengan alternatif sumber daya lain. Di sini, pesaing tidak dapat mencapai kinerja yang sama dengan mengganti sumber daya dengan sumber daya alternatif lainnya (Shiddiq, 2013)

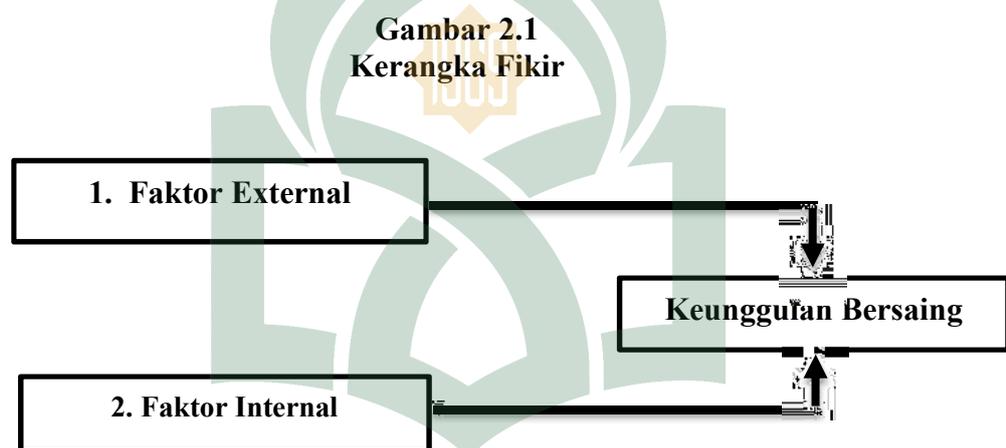
Penjabaran diatas, disebutkan pula beberapa kekuatan-kekuatan keunggulan bersaing dari sisi eksternal dan internal. Kekuatan eksternal (*eksternal forces*) dapat dibagi menjadi lima kategori luas : (1) Kekuatan Ekonomi (2) Kekuatan Sosial, budaya, demografis dan lingkungan (3) Kekuatan politik,

pemerintah dan hukum (4) Kekuatan teknologi (5) kekuatan kompetitif. Sedangkan kekuatan-kekuatan internal diantaranya (1) Kompetensi khusus (*distinctive competencies*) (2) Keunggulan bersaing (3) Keunggulan bersaing berkelanjutan. ( Fred 2009)

## H. Kerangka Pikir

Keunggulan bersaing senantiasa digunakan agar dapat menciptakan sebuah persepsi yang baik dari pelanggan atau konsumen dari suatu perusahaan.

Secara sistematis dapat dilihat dari kerangka pikir berikut ini :



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Lokasi Penelitian**

##### **1. Jenis Metode Penelitian**

Berdasarkan jenis, penelitian ini dapat digolongkan ke dalam penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif sesuai ciri penelitian kualitatif menurut *Bogdan dan Biklen* dalam Emzir (2014). Jenis penelitian kualitatif adalah jenis yang dipilih pada penelitian ini, penelitian kualitatif adalah data yang di kumpulkan pada umumnya disajikan dalam bentuk kalimat, gambar, dan kebanyakan data yang di hasilnya bukan berbentuk angka. Data dimaksud meliputi transkrip dari wawancara, catatan lapangan, foto-foto, serta dokumen pribadi. Termasuk pula di dalamnya mengenai situasi pada wilayah penelitian (Nanang 2016).

Peneliti kualitatif dimaksimalkan untuk memahami subjek dari kerangka pemikirannya sendiri. Dengan demikian, yang utama ialah pengalaman, pendapat, perasaan serta pengetahuan dari partisipan. Dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menginvestigasi faktor-faktor keunggulan bersaing Dafa Kafe Bulukumba.

##### **2. Lokasi penelitian**

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, Penelitian mengambil data primer secara langsung di Dafa Kafe Kabupaten Bulukumba.

## **B. Pendekatan Penelitian**

Dilihat dari jenis datanya, pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kualitatif. Adapun penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Adapun jenis pendekatan penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data

## **C. Sumber Data**

Data merupakan sumber yang paling penting untuk menyikapi suatu permasalahan yang ada dan data jugalah yang akan menjawab permasalahan yang diteliti oleh peneliti. Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data diperoleh. Sumber data disebut responden, yaitu orang merespon atau menjawab pertanyaan peneliti secara lisan yang jumlah respondenya sebanyak 20 orang responden. Adapun sumber data primernya adalah catatan observasi data omset kafe dan data BPS sedangkan data sekunder seperti brosur dan menu kafe. Maka data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data diperoleh.

Dalam penelitian ini data yang di gunakan ada dua jenis data, yaitu:

- a. Data primer, yaitu sumber data yang diperoleh dengan jalan mengadakan pengamatan dan wawancara langsung pelanggan setia Dafa Kafe yang menjadi subjek penelitian. Atau dapat dikatakan sebagai sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data.

- b. Data sekunder, adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang diteliti berupa laporan tertulis yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dengan dalam proses penelitian nantinya. (Sugiyono 2016)

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang penelitian gunakan dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

##### 1. Wawancara

Metode wawancara ini digunakan untuk mendapat keterangan-keterangan secara mendalam dari permasalahan yang dikemukakan, wawancara dilakukan dengan bertatap muka secara langsung terhadap informan. Dengan menggunakan metode wawancara ini peneliti memperoleh data primer yang berkaitan kesetiaan pelanggan dan keunggulan Dafa Kafe dan mendapat gambaran yang lebih jelas guna mempermudah dan menganalisis data selanjutnya pedoman wawancara bisa dilihat pada instrument penelitian .

##### 2. Dokumentasi

Suatu cara yang digunakan untuk melihat secara langsung dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian pada obyek penelitian.

##### 3. *Internet Searching*

Selain melalui studi pustaka, peneliti juga menggunakan internet sebagai bahan acuan yang mendukung kelengkapan referensi penulis dalam

menemukan fakta atau teori yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian.

### **E. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian merupakan alat bantu dan sebagai unsur penting dalam sebuah penelitian yang berfungsi sebagai sarana pengumpul data yang banyak menentukan keberhasilan suatu penelitian. Kualitas instrumen akan menentukan kualitas data yang terkumpul. Instrumen penelitian yang digunakan harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi dari penelitian itu sendiri. Sehingga nantinya dalam merangkum permasalahan. Adapun alat-alat penelitian yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian sebagai berikut:

1. Peneliti itu sendiri
2. Pedoman wawancara
3. Handphone yang berfungsi sebagai kamera dan perekam suara
4. Alat Tulis
5. Buku, Jurnal, dan referensi terkait lainnya.

Pada poin kedua telah dituliskan pedoman wawancara yang merupakan salah satu dari jenis instrument penelitian. Pedoman wawancara berisi daftar pertanyaan atau isu yang akan diujai selama dalam interview. Pedoman ini disiapkan untuk meyakinkan bahwa pada dasarnya informasi yg sama didapatkan dari sejumlah orang dengan mencakup material yg sama (lihat lampiran 1).

**Tabel 3.1**  
**Instrumen Penelitian**

No	Indikator	Pertanyaan
1	Keunggulan Bersaing	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Barapa banyak kafe yang anda ketahui di kabupaten bulukumba ?</li> <li>2. Kafe mana yang sering anda kunjungi ?</li> <li>3. Seberapa sering anda berkunjung di Dafa Kafe ?</li> <li>4. Menurut anda faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada Dafa Kafe Bulukumba ?</li> <li>5. Menurut anda aspek apasaja yang perlu di tingkatkan dafa kafe agar dapat lebih unggul?</li> </ol>

Lampiran 1. Pedoman Wawancara Penelitian Faktor Keunggulan Bersaing Kafe Dafa Bukukumba. (Sugiyono 2016)

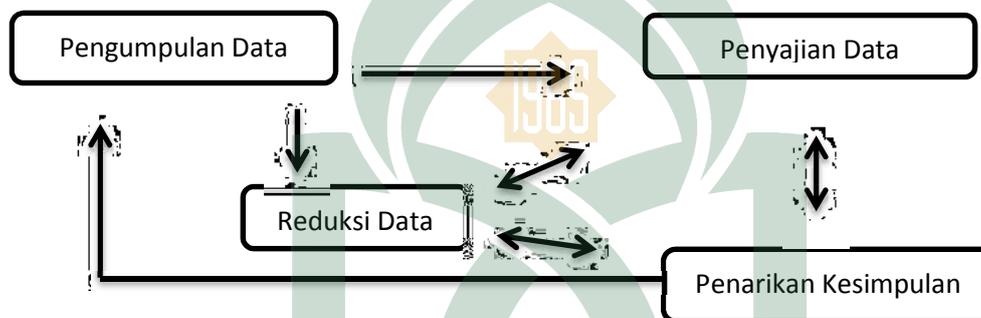
Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa pedoman wawancara, dimana proses pengumpulan data menekankan pada wawancara mendalam terhadap narasumber/informan untuk mendapatkan pemahaman mengenai bagaimana tanggapan pelanggan setia Dafa Kafe menilai keunggulan yang dimiliki Dafa Kafe di Kabupaten Bulukumba. Sedangkan untuk memperoleh gambaran secara umum di gunakan lembar observasi.

#### **F. Teknik Analisis Data**

Analisis data di mulai dengan melakukan wawancara mendalam dengan informan. Setelah melakukan wawancara, Membuat transkrip hasil wawancara dengan cara memutar kembali rekaman wawancara kemudian menuliskan kata-kata yang sesuai dengan apa yang ada direkaman tersebut. Setelah penelitian

hasil wawancara kedalam transkrip, selanjutnya peneliti membuat reduksi data dengan cara abstraksi yaitu mengambil data sesuai dengan konteks penelitian dan mengabaikan data yang tidak diperlukan. Selanjutnya data ditampilkan dengan visual yang mencerahkan dan dari tampilan data kemudian kesimpulan dibuat. Metode analisis ini dibuat merujuk model analisis kualitatif Miles dan Huberman (1984) seperti divisualkan pada gambar 1 berikut ini.

**Gambar 3.1**  
**Proses Analisis Data Kualitatif**



Sumber : Divisualkan dari Miles and Huberman, 1984;21-23

### G. Pengujian Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, data yang terkumpul akan diolah dan pengolahan data dilakukan triangulasi, reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan :

1. Triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data sebagai pembandingan terhadap data tersebut.
2. Reduksi yaitu merangkum, memilih hal-hal pokok, dan memfokuskan pada hal-hal penting
3. Penyajian data

Setelah data tersebut direduksi , langkah selanjutnya adalah menyajikan data- data disajikan dalam bentuk teks yang bersifat naratif. Data disajikan dengan mengelompokan sesuai dengan sub-sub masing-masing

#### 4. Penarikan Kesimpulan

Setela data di sajikan, langkah terakhir yaitu penarikan kesimpulan, setelah menjabarkan berbagai data yang telah diperoleh, peneliti membuat kesimpulan yang merupakan hasil dari suatu peneliti



## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **H. Sejarah Singkat Dafa Kafe**

Dafa kafe merupakan satu dari sekian banyak pelaku usaha penyedia jasa makanan dan minuman di kabupaten Bulukumba. Berawal dari Usaha Teh Poci yang dirintis pada Oktober 2013 hingga merubah brand menjadi Dafa Teh di tahun 2014 telah berhasil membawa nama Dafa Kafe menjadi pilihan masyarakat Kabupaten Bulukumba menghabiskan waktu luang mereka. Kesuksesan Dafa Kafe saat ini tidaklah diraih semudah yang dibayangkan. Pembenahan terus dilakukan sang pemilik usaha demi mencapai visi dan misi yang telah mereka jadikan sebagai acuan dasar.

Berlokasi di tengah jantung kota Bulukumba tepatnya jalan Muhtar Luthfi Nomor 28 Bulukumba. selain itu Dafa kafe juga diapit oleh dua sekolah ternama yakni SMAN 8 Model Bulukumba dan SMKN 1 Bulukumba tidak hanya itu, disekitar Dafa Kafe juga terdapat beberapa jajaran kantor pemerintah dan swasta. Pemilihan lokasi yang strategis inilah menjadi alasan tersendiri bagi konsumen berdatangan ke Dafa Kafe untuk menikmati menu yang ditawarkan ditambah dengan berbagai fasilitas penunjang lainnya.

Sejak awal kehadiran Dafa Kafe di Kabupaten Bulukumba tentunya juga memiliki sebuah tantangan tersendiri kala itu, bukanlah hal yang mudah untuk mendapatkan pengakuan dan loyalitas dari masyarakat, meskipun kehadirannya

tidak serta merta menjadi minuman favorit kala itu namun seiring berkembangnya waktu, asumsi tersebut akhirnya terbantahkan secara perlahan. Suatu fenomena kemudian muncul lalu menjadi sebuah polemik dimana pelajar dilarang untuk bernelanja diluar dari sekolah. Negosiasi kemudian dilakukan hingga akhirnya teh poci diberikan kesempatan untuk membuka lapak di area parkir SMAN 8 Model Bulukumba. Seperti yang di ungkapkan oleh Suratno Adi Suswito pemilik Dafa Kafe pada tanggal 15 November 2018 bahwa :

“Pada suatu hari seorang pelajar dari SMAN 8 Model Bulukumba saat itu membeli produk kami dan membawanya masuk ke sekolahnya, sampai pada akhirnya beberapa rekannya menanyakan bagaimana dan dimana dirinya memperoleh minuman itu. Saat itulah dia merekomendasikan produk teh poci ini hingga mereka berbondong-bondong ke kedai kami.”

Penamaan Dafa Kafe sendiri berasal dari nama anak pertama pemilik usaha ini pertama yaitu Muhammad Dafa. Nama Dafa diambil sebagai alasan untuk menjadi brand tersendiri bagi usaha ini. Tujuannya ialah sebagai pembeda dari usaha lain serta lepas dari brand the poci yang sudah sangat umum dikalangan masyarakat.

Memakai brand Dafa Kafe, awalnya pemilik Dafa Kafe memperkirakan bahwa pelanggan hanya sekedar melakukan transaksi secara *take a way*. Namun, seiring dengan semakin berkembangnya Dafa Kafe sebagai salah satu pilihan tempat nongkrong favorit maka kemudian menerapkan sistem *dine in*. saat ini Dafa Kafe memiliki sebanyak 19 tenaga kerja dengan rincian 12 laki-laki dan 9 perempuan yang masing-masing bertugas sebagai pelayan, kasir, peracik, penjaga gudang, barista dan chef.

Empat tahun berselang dengan brand Dafa Kafe, peningkatan penghasilan dan pelanggan setiap tahunnya terlihat dengan sangat jelas. Jumlah konsumen Dafa Kafe pada awalnya hanya hitungan jari, namun saat ini dengan jumlah rata-rata 200 orang melakukan pembelian di Dafa Kafe perharinya. Dari jumlah rata-rata pelanggan perhari tersebut sudah masing-masing termasuk kedalam kategori dalam dua jenis pembelian yaitu jenis pembelian secara *dine in* dan *take a way*.

Dipenghujung tahun 2016 dafa kafe membuka cabang pertamanya pada posisi yang sangat strategis yang beralamat di Jl. Lanto Dg Pasewang Bulukumba yang merupakan jalur utama antar provinsi-provinsi. Langkah ini kemudian diambil sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan konsumen yang ingin melakukan pembelian secara *take a way*. Pertengahan tahun 2018 Dafa kafe Bulukumba kembali membuka cabang kedua di kecamatan Ujung loe yang juga merupakan bentuk pemenuhan kebutuhan masyarakat daerah timur bulukumba.

Berkembangnya Dafa kafe dengan satu induk dan dua kafe cabang telah berhasil membawa nama Dafa Kafe menjadi *market leader* sebagai pelaku usaha khususnya di bidang kafe, ini terbukti dari 18 Kafe pesaing yang ada di Kota Bulukumba terlihat jelas Dafa Kafe selalu ramai setiap harinya. Beberapa kafe yang ada di Kota Bulukumba yang menjadi pesaing Dafa Kafe diantaranya : Natural Kafe, Labissa Kafe, Royal Kafe, Wow Kafe, A3 Kafe, Sebatiq Kafe, Mr. Box Kafe, Cinnamon Kafe, Rockinstone Kafe, Grand 99 Kafe, Trand Kafe, Fajarqu Kafe, Ondeway Kafe, Kahayya Kafe, Caramel Kafe, Zaky Kafe, ZZ Kafe dan Sanders Kafe.

Keberhasilan yang diraih itu tidak lepas dari *tagline* Dafa Kafe yakni 101% nongkrong asik. Tagline yang kini identik dengan Dafa Kafe Bulukumba ini mengandung makna yang sangat berarti, jika pada hakikatnya hitungan 100% adalah hitung tertinggi maka munculnya angka 101% pada tagline dafa merupakan bentuk harapan dan doa yang nantinya akan dicapai oleh Dafa Kafe yang tidak hanya menginginkan perkembangan kafe secara maksimal melainkan bagaimana kedepannya Dafa Kafe mampu berbuat kepada masyarakat melalui aksi sosial melalui hasil usaha yang dihasilkan.

“Tagline ini kami buat dengan tujuan tertentu, munculnya angka 1 pada 101% nongkrong asik pada tagline kami sebagai wujud harapan bahwa kami akan berusaha untuk selalu berbuat lebih dan akan terus membuat inovasi sesuai kebutuhan konsumen setia Dafa Kafe Bulukumba.” Ujarnya.

Tagline ini juga kemudian sangat sejalan dengan Visi dan Misi Dafa kafe yang telah dirumuskan sejak awal berdirinya pada tahun 2013, adapun visi dan misi Dafa Kafe Bulukumba ialah,

#### VISI

Menjadi pelaku usaha yang mampu merekrut tenaga kerja yang berdaya saing serta sumber daya manusia yang unggul

#### MISI

1. Mengangkat brand lokal Dafa Kafe Bulukumba go Nasional.
2. Penerapan CSR agar masyarakat lebih mengetahui dan mengenal Dafa Kafe serta sebagai wujud hubungan timbal balik.

## I. Karakteristik Informan

**Tabel 4.1**  
**Identitas Informan Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-laki	10	50%
2	Perempuan	10	50%
Jumlah		20	100%

Sumber : Hasil wawancara (2018)

**Tabel 4.2**  
**Identitas Informan Berdasarkan Umur**

No	Umur	Frekuensi	Presentase
1.	16-20	5	25%
2.	21-25	13	65%
3.	26-30	2	10%
Jumlah		20	100%

Sumber : Hasil wawancara (2018)

**Tabel 4.3**  
**Identitas Informan Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1.	Pelajar	2	10%
2.	Mahasiswa	10	50%
3.	Karyawan	7	35%
4.	Wiraswasta	1	5%
Jumlah		20	100%

Sumber : Hasil wawancara (2018)

Informan adalah pelanggan setia Dafa Kafe Bulukumba yang dipilih secara acak berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Jumlah informan pada penelitian ini ialah sebanyak 20 orang dengan kualifikasi 10 perempuan dan 10 laki-laki. Kisaran usia para informan ialah berkisar 19 tahun sampai dengan 27 tahun dengan latar belakang profesi yang berbeda-beda diantaranya, pegawai swasta, fotografer, MUA, desain grafis, apoteker, irt, jurnalis, duta wisata, pelajar dan sebagian besar berstatus sebagai mahasiswa aktif.

Keseluruhan informan merupakan masyarakat Kabupaten Bulukumba dari beberapa kecamatan berbeda yang dipilih berdasarkan intensitas pembelianya pada

Dafa Kafe. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan intensitas responden sebanyak 2 hingga 5 kali mengunjungi atau melakukan pembelian di Dafa Kafe dalam sepekan. Sebagian besar responden telah menjadi pelanggan setia Dafa Kafe selama 3 tahun silam, bahkan salah seorang responden merupakan pelanggan Dafa Kafe sejak awal munculnya pada tahun 2013 sampai saat ini dengan usianya yang menginjak 5 tahun.

## **J. Faktor-Faktor Keunggulan Bersaing Dafa Kafe**

Dafa Kafe merupakan kafe yang memiliki paling banyak pengunjung saat ini di Bulukumba. Hal ini dapat dibuktikan dengan kafe ini selalu ramai setiap harinya, terutama pada malam minggu. Bahkan, ketika malam minggu para pengunjung harus melakukan reservasi agar memiliki tempat ketika malam minggu. Ada beberapa faktor yang membuat Dafa Kafe lebih unggul dibanding kafe-kafe lainnya yang ada di Bulukumba. Penulis akan menjelaskan faktor-faktor tersebut diikuti dengan pernyataan dari beberapa pelanggan setia Dafa Kafe.

### **1. Harga**

Menentukan harga yang tepat harusnya terlebih dahulu dilakukan oleh sebuah pelaku usaha sebelum memasarkan produk barang dan jasa yang di tawarkannya. Penentuan harga penjualan yang tidak tepat akan mengakibatkan berpengaruhnya keputusan pembeli tidak tertarik membeli produk yang ditawarkan. Penetapan keputusan terkait harga bagi konsumen ialah merupakan faktor yang cukup sulit, untuk menentukan harga tentunya kembali melihat sejauh mana kualitas dan potensi produk tersebut.

Harga merupakan jumlah keseluruhan nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari menggunakan suatu produk atau jasa berdasarkan asumsi Philip Kotler (2008). Sedangkan pendapat lain di kemukakan oleh Tjiptono (2005), harga adalah sebuah moneter untuk menghitung termasuk golongan barang atau jasa yang ditukarkan dapat memperoleh hak atas kepemilikan terhadap barang dan jasa.

Proses penentuan harga suatu produk sebaiknya dilakukan sesuai dengan tujuan perusahaan dan pemasarannya yang dilakukan perusahaan berdasarkan banyak pertimbangan. Salah satu pertimbangan utama ialah dimana apabila pelanggan atau konsumen dapat menerima tawaran yang dilemparkan maka harga tersebut telah benar. Sebaliknya, apabila terjadi sebuah penolakan biasanya harga tersebut belum sesuai dengan keinginan para konsumen terhadap barang dan jasa yang ditawarkan.

Dari data lapangan yang telah terkumpul, penentuan harga yang ditetapkan Dafa Kafe terbilang cukup murah dan hamper rata-rata berada dibawah harga dari kafe lain yang ada di Bulukumba seperti pada tabel berikut ini:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
**ALAUDDIN**  
MAKASSAR

**Tabel 4.4**  
**Daftar Menu Dan Harga Kafe Di Bulukumba**

<b>DAFTAR MENU</b>			
<b>Makanan</b>	<b>Dafa Kafe</b>	<b>Labissa Kafe</b>	<b>Natural Kafe</b>

1. Mie Instan	Rp. 12.000	Rp. 12.000	Rp. 15.000,-
2. Nasi Goreng Merah	Rp. 20.000	Rp. 25.000	Rp. 25.000,-
3. Nasi Goreng Sosis	Rp. 22.000	Rp. 27.000	Rp. 25.000,-
4. Mie Kering	Rp. 25.000	Rp. 28.000	Rp. 28.000,-
5. Kentang Goreng	Rp. 20.000	Rp. 20.000	Rp. 22.000,-
6. Roti Bakar Coklat	Rp. 18.000	Rp. 18.000	Rp. 18.000,-
7. Roti Bakar Keju	Rp. 19.000	Rp. 20.000	Rp. 20.000,-
8. Pisang Goreng Sambal	Rp. 17.000	Rp. 20.000	Rp. 20.000,-
9. Pisang Goreng Coklat	Rp. 18.000	Rp. 18.000	Rp. 18.000,-
10. Pisang Goreng Keju	Rp. 19.000	Rp. 20.000	Rp. 20.000,-
11. Pisang Nugget Coklat	Rp. 18.000	Rp. 18.000	Rp. 20.000,-
12. Pisang Nugget Keju	Rp. 19.000	Rp. 20.000	Rp. 22.000,-
<b>Minuman</b>	<b>Dafa Kafe</b>	<b>Labissa Kafe</b>	<b>Natural Kafe</b>
1. Espresso	Rp. 12.000	Rp. 13.000	Rp. 12.000
2. Americano	Rp. 15.000	Rp. 18.000	Rp. 17.000
3. Dripp Coffe	Rp. 17.000	Rp. 18.000	Rp. 17.000
4. Single Origin	Rp. 15.000	Rp. 17.000	Rp. 16.000
5. Cappucino	Rp. 15.000	Rp. 17.000	Rp. 15.000
6. Mochacono	Rp. 15.000	Rp. 17.000	Rp. 15.000
7. Hot Chocolate	Rp. 15.000	Rp. 17.000	Rp. 17.000
8. Thai Tea	Rp. 18.000	Rp. 18.000	Rp. 19.000
9. Greaan Tea	Rp. 18.000	Rp. 19.000	Rp. 19.000
10. lemon Tea	Rp. 10.000	Rp. 10.000	Rp. 10.000
11. Hot Tea	Rp. 10.000	Rp. 10.000	Rp. 10.000
12. Black Forest	Rp. 17.000	Rp. 19.000	Rp. 18.000
13. Tiramizu	Rp. 17.000	Rp. 19.000	Rp. 18.000
14. Milo Dingin	Rp. 12.000	Rp. 15.000	Rp. 15.000
15. Milo Panas	Rp. 12.000	Rp. 15.000	Rp. 15.000
16. Hezulnat Latte	Rp. 20.000	Rp. 22.000	Rp. 22.000
17. Vanilla Latte	Rp. 20.000	Rp. 22.000	Rp. 22.000
18. Almond Latte	Rp. 20.000	Rp. 22.000	Rp. 22.000
19. Taro	Rp. 18.000	Rp. 20.000	Rp. 22.000
20. Bon Bon	Rp. 19.000	Rp. 20.000	Rp. 22.000
21. Red Valved Latte	Rp. 16.000	Rp. 18.000	Rp. 17.000
22. Avicado Juice	Rp. 16.000	Rp. 18.000	Rp. 17.000
23. Jeruk Juice	Rp. 16.000	Rp. 18.000	Rp. 17.000
24. Buah Naga Juice	Rp. 16.000	Rp. 18.000	Rp. 17.000
25. Sirsak Juice	Rp. 16.000	Rp. 18.000	Rp. 27.000
26. Air Mineral	Rp. 5.000	Rp. 5.000	Rp. 5.000
27. Extra Joss	Rp. 8.000	Rp. 8.000	Rp. 7.000

Sumber : Data Primer diolah (2018)

Hampir Semua pelaku usaha menerapkan harga yang sama pada minuman yang dijualnya. Tetapi, Dafa Kafe memiliki beberapa menu yang tergolong mudah untuk dijangkau oleh kalangan masyarakat mulai dari kalangan atas, menengah hingga kalangan bawah sekalipun. Hal ini sejalan dengan pendapat sebelas dari dua puluh orang yang kami wawancarai, salah satunya ialah pendapat dari seorang ibu rumah tangga Rini Afriani pada tanggal 8 desember 2018 bahwa;

“Sejak masih duduk di bangku SMA empat tahun lalu, harga penjualan makan dan Minum Dafa Kafe sampai saat ini tidak mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Pada tahun 2014 harga teh poci *double* milo yang sering saya konsumsi sampai saat ini hanya Rp.12.000,- dan tahun 2018 minuman yang sama saya nikmati saat ini hanya naik seharga Rp.15.000,- itu artinya hanya dalam setahun perubahan harga tidak mencapai Rp.1.000,-”.

Keberhasilan Dafa Kafe dalam menentukan harga jual produknya menjadi salah satu faktor penting bagi konsumennya dalam menentukan pilihannya bahwa Dafa Kafe adalah tempat yang tepat dijadikan tujuan bagi mereka yang hendak menghabiskan waktu luang mereka ataupun melakukan kegiatan tertentu. Terkait penentuan harga, salah satu pemilik usaha Labissa Kafe juga mengakui bahwa harga yang di berikan Dafa Kafe terbilang cukup rendah.

“Jika melihat perbandingan harga dari beberapa jumlah kafe yang ada di Bulukumba memang secara rata-rata harga penawaran yang diberikan oleh Dafa Kafe cukup relarif terjangkau. Namun, harus digaris bawahi bahwa tidak semua harga yang ditawarkan itu ada di bawah kafe lain yang menjadi pesaing bisnis atau usaha Dafa Kafe. Sebenarnya dari pandangan saya sebagai pemilik usaha kafe sama seperti Dafa itu kami rata-rata untuk penentuan harga kembali ke beberapa pertimbangan yang harus di perhatikan terlebih dahulu, sehingga harga yang muncul itu sudah sesuai dengan hitungan untuk rugi sang pemilik kafe.” Ujar Fitri saat wawancara pada 5 februari 2019

## 2. *Brand* dan Cita Rasa

*Brand* merupakan faktor yang sangat penting bagi sebuah perusahaan, karena jika seseorang loyal terhadap suatu merek, maka akan cenderung melakukan pembelian terhadap apapun produk yang diluncurkan atau diproduksi oleh merek tersebut. Menurut Suwarman (2011). Mengungkapkan loyalitas merek adalah sikap positif seorang pelanggan terhadap suatu merek, pelanggan memiliki keinginan kuat untuk membeli ulang merek yang sama pada saat sekarang maupun masa mendatang.

Menurut *American Marketing Association*, merek didefinisikan sebagai nama, istilah, simbol, tanda, rancangan, atau kombinasi dari hal-hal tersebut. Brand as “*a name, term, symbol, or design, or combination of them, intended of identify the goods or services of one seller or group of seller and to differentiate them from competitors*” *A brand is thus a product or services that adds dimensions that differentiate it in some way from other product or services designed to satisfy the same need.* (Kotler & Keller, 2006)

Sebuah *brand* harus mampu membangun rasa kepercayaan bagi para konsumennya, *brand* yang dimiliki suatu perusahaan haruslah unik serta memiliki daya tarik tersendiri. Di Indonesia sendiri telah diatur dalam UU terkait merek suatu produk yaitu pada UU No.15 Tahun 2001 Pasal 1 Ayat 1 dalam Alfian B, (2012) bahwa merek adalah tanda yang berupa gambar, nama kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa.

*Brand* Dafa Tea mulai diperkenalkan untuk pertama kalinya. Langkah ini dipilih dengan alasan untuk memperkuat identitas produk yang dipasarkan oleh Dafa Kafe. Selain itu melalui hadirnya brand Dafa Teh sebagai wujud pencapaian misi pertama mereka yakni, Mengangkat *brand* lokal dafa kafe Bulukumba go Nasional. *Brand* kemudian adalah gambaran kepada konsumen bahwa bahan utama Dafa Kafe adalah teh yang konsisten digunakan sejak awal munculnya sampai saat ini. Berbeda dengan kafe lain pada umumnya hanya menggunakan air mineral sebagai bahan utama produk minumannya. Hal inilah yang kemudian membawa Dafa Kafe terkenal dengan rasa minumannya yang nikmat serta di idolakan oleh para pelanggan setia.

“*brand* tehnya itu yang utama dan satu satunya di Kabupaten Bulukumba, sejak awal sampai sekarang di tahun kesekian kalinya Dafa Kafe itu sangat konsisten dengan kualitas minumannya yang untuk menggunakan teh sebagai bahan dasar minumannya, dan itu wajar sesuai *brand* Dafa Teh sebagai kekuatan utama.” Ujar Mardiansyah seorang MUA di Kabupaten Bulukumba saat wawancara 5 Desember 2018

Konsisten dengan kualitas rasa yang disajikan hal inilah yang kiranya Dafa Kafe pertahankan. Memiliki cita rasa minuman yang berbeda dari kafe lain adalah suatu kekuatan tersendiri. Hal ini membuat beberapa pelanggan selalu berkunjung kembali ke Dafa Kafe. Bahan dasar teh yang konsisten digunakan sampai sekarang menjadi poin tersendiri bagi pelanggan setia Dafa Kafe. Seperti yang di ungkapkan oleh Rezky Muthia seorang Mahasiswa saat wawancara pada 6 Desember 2018 bahwa

“Satu hal yang membuat saya selalu cinta dengan Dafa Kafe ialah cita rasa yang terus konsisten untuk dipertahakna secara profesional. Sampai saat ini saya belum pernah merasakan adanya perbedaan rasa dari minuman yang menjadi favorit saya ketika melakukan pembelian di tempat ini, bagi saya

secara pribadi itu adalah hal yang sangat penting untuk menjaga kesetiaan pelanggan Dafa Kafe”

Selain harga produk yang menjadi faktor dominan yang di ungkapkan para konsumen setia Dafa Kafe. Rasa menjadi posisi kedua alasan mereka memilih tempat ini sebagai tempat yang pas untuk mendapatkan makanan dan minuman favorit mereka di Kabupaten Bulukumba. Rasa yang di sunguhkan akan menjadi faktor penting bagi konsumen untuk menentukan pilihan apakah mereka akan kembali melakukan pembelian di Dafa Kafe atau tidak. Sama dengan anggapan Rezky diatas, pendapat sejalan juga di ungkapkan Vivi seorang mahasiswa saat wawancara pada 8 Desember 2018

“Rasa setaiap makan dan minuman Dafa Kafe enak, ya sangat enak bahkan bagi saya. Apalagi kita ini masyarakat yang kekinian selalu ingin mencoba dan penasaran dengan hal-hal baru apalagi makan dan minum. Namun yang uniknya dengan kualitas rasa yang disajikan, saya secara pribadi dan beberapa teman teman saya merasa selalau suka dan memilih Dafa Kafe sebagai tempat andalan kami saat ini bertemu atau melaukan rapat-rapat kecil.”

### **3. Varian Menu**

Sebagian konsumen memberika pendapat terkait varian menu yang menjadi alasan bagi mereka memilih tempat untuk menghabiskan waktu luangnya. Banyaknya menu yang ditawarkan menjadi kepusan batin tersendiri bagi konsumen. Sebagai penyedia jasa makanan dan minuman di Kabupaten Bulukumba, menawarkan beragam pilihan menu makanan dan minuman di terapkan Dafa Kafe untuk menarik minat para konsumen. Varian menu yang ditawarkan Dafa Kafe sangatlah beragam.

Menu yang beragam itu terdiri atas menu makana dan minuman. Sebanyak 23 makanan baik berat dan cemilan (*Snack*) di tawarkan pada daftar

menu, sedangkan pada kolom minuman terdapat 84 varian rasa yang siap untuk disajikan bagi para konsumennya.

“Menu Dafa Kafe sangat banyak pilihannya, bahkan bisa dikatakan sangat banyak sampai pertama kali ksini itu agak bingung mau pilih minuman apa ataupun untuk memilih makanan apa yang akan saya konsumsi dengan jumlahnya yang puluhan itu, dan merasa kafe lain tidak sebanyak in untuk penawaran menu pilihannya, tapi pas coba beberapa malah jadinya saya juga menyukai banyak menu dari penawarah tersebut alasanya tentusaja rasanya yah karena enak masing-masing menu baik itu makanan dan juga menu minumannya memiliki cita rasa tersendiri.” ujar Mufli pada 8 desember 2018

#### 4. Pelayanan

Pandangan terkait pelayanan diutarakan oleh Kotler (2012) yang menyebutkan menyebutkan bahwa pelayanan (*Service*) didefinisikan sebagai suatu tindakan atau kinerja yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain. Pelayanan atau lebih akrab dikenal dengan *service* dapat digolongkan menjadi dua yakni :

- a. *High contact service*, adalah klasifikasi dari pelayanan jasa dimana hubungan antara konsumen dan pekerja yang sangat tinggi, dimana konsumen senantiasa andi pada kegiatan pelayanan jasa tersebut.
- b. *Low contact service*, adalah klasifikasi pelayanan jasa dimana hubungan antara konsumen dengan pekerja tidak sebesar *High contact service* atau tidak terlalu tinggi.

Pelayanan yang diberikan seorang karyawan kepada konsumen akan sangat berpengaruh terhadap kenyamanan seseorang saat berkunjung kesebuah kafe, sulit di pungkiri pelayana terkadang juga sebagai penentu utama penlian konsumen dalam menentukan kafe dari sebuah pelayanan yang diberikan oleh para pegawai

kafe itu sendiri. Seperti yang di utarakan oleh beberapa orang narasumber saat melaukan wawancara salah satunya ialah Indah Andira seorang Desain Grafis mengungkapkan pada saat di wawancarai pada 1 Desember 2018 bahwa:

“Penentu yang cukup berpengaruh membuat saya memilih Dafa Kafe sebagai tempat nongkrong saya ialah karena pelayanan yang diberikan oleh para karyawan dari kafe ini sendiri. Banyak hal yang menjadi nilai tambah dari pelayanan yang mereka berikan seperti:

Yang pertama ramah, mereka sangat *welcome* kepada setiap pelanggan

Kedua homoris, beberapa dari karyawan Dafa Kafe memiliki sifat humor yang tinggi kepada para konsumen

Ketiga yang takalah penting adalah pelayanan yang cepat tangap. Saya rasa dengan demikian para konsumen akan merasa nyaman dan tidaklah harus menunggu lama dari segi pelayanan”

Tidak hanya indah, hal sama juga dirasakan oleh Fityan Fathanah yang merupakan seorang fotografer meberikan pendapatnya pada 8 Desember 2018 bahwa :

“Pelayanan yang diberikan setiap karyawan sangatlah memuaskan, mereka tidak pernah membedakan pelanggan satu sama lain dari sisi pelayanan. Harus diakui bahwa mereka memperlakukan setiap pelanggan dengan sangat baik, pelayanan yang baik harus menjadi prioritas utama bagi kami seorang karyawan. Namun, sikap profesional ini tidak hanya saya rasakan pada kafe induk melainkan pada kedua cabang Dafa Kefepun menerapkan hal yang sama tanpa pengecualian sedikitpun. Pada intinya pelayanan yang diberikan di kafe ini sangat memuaskan”

Melihat pendapat para konsumen setia Dafa Kafe yang puas akan pelayanan karyawan yang mereka rasakan, pada dasarnya sikap profesional dalam bekerja memang telah di diterapkan pada setiap karyawan. Sebagaimana tercantum pada Visi Dafa Kafe yakni peningkatan SDM karyawan salah satunya mencakup terkait pelayanan kepada konsumen. Komitmen ini yang kemudian dipegang teguh oleh pemilik Dafa Kafe.

“Karyawan kami pilih berdasarkan hasil seleksi berkas dan serangkaian persyaratan lain adalah mengutamakan asas profesionalitas kerja mereka selama bekerja di tempat ini kami senantiasa berupaya untuk komitmen membangun kepercayaan konsumen melalui kinerja. Secara pribadi saya tidak pernah membedakan sikap dan perlakuan saya kepada karyawan saya untuk menjadi cerminan mereka saat melayani konsumen. Penerapan untuk beribadah juga saya lakukan dengan tujuan bahwa apapun yang kita kerjakan dengan hasil memuaskan semua datangnya dari sang pencipta”. Ujar Suratno Adi Suswito pemilik Dafa Kafe pada 15 November 2018.

## 5. Desain Kafe

Faktor yang kemudian muncul pada argument narasumber saat melakukan wawancara ialah desain tempat yang dimiliki Dafa Kafe. Desain suatu kafe adalah penggambaran bagaimana preferensi Dafa Kafe itu sendiri. Beberapa dari sekian banyaknya kafe di Kabupaten Bulukumba lebih dominan ke suasana kafe minimalis modern sebagaimana yang tengah marak saat ini, sementara sebagian lainnya dominan lebih menyukai desain kafe yang bernuansa rumahan dengan memberikan tambahan lampu-lampu. Namun, pada dasarnya pemilihan desain lebih menitik beratkan berdasarkan kebutuhan pasar para konsumen.

“Sebagai seorang mahasiswa yang hampir setiap hari berhadapan dengan buku dan mata kuliah yang sangat melelahkan, secara manusiawi saya juga butuh hiburan dan penyegaran khususnya mata dan batin saya. Tempat yang paling tepat bagi saya sejak masih pelajar sampai jadi mahasiswa ya di Dafa Kafe ini. Tempatnya nyaman desainnya modern dan kekinian sehingga mampu mengubah suasana hati yang sedang tidak karuan mejadi lebih tenang. Pada akhirnya setiap saya berada disini selalu nyaman dengan suasana kafanya.” Ujar Randa seorang mahasiswa saat wawancara pada 5 Desember 2018

Desain sebuah kafe sangat menentukan pilihan konsumen yang ingin nongkrong berlama-lama menikmati suasana kafe tersebut ataupun hanya sekedar membeli produk lalu menikmatinya di tempat lain. Namun pada dasarnya apapun desain kafe yang diterapkan, pastikan untuk menjaganya tetap bersih sehingga konsumen merasa betah dan nyaman berada di tempat tersebut. Menjawab hal

tersebut, Dafa Kafe kedepannya akan terus berbenah agar mampu mempertahankan eksistensinya sebagaimana yang disampaikan oleh pemilik Dafa Kafe saat wawancara pada 15 November 2018.

“Harapan kami kedepan adalah bagaimana Dafa Kafe mampu menampung konsumen atau pelanggan dalam jumlah yang lebih banyak, nantinya kami telah merencanakan dafa ini menjadi tempat tidak hanya sebagai tempat nongkrong asik. Akan ada perubahan secara besar-besaran baik itu sarana dan prasarana maupun kelengkapan lain dengan pembesaran lokasi dilengkapi *meeting room* baik *out door* maupun *in door*.”

Sejalan dengan argument responden diatas terkait penjelasan yang diutarakan terkait mengapa memilih Dafa Kafe sebagai tempat nongkrong karena desain kafanya yang menarik, hal tersebut juga di ungkapkan oleh salah seorang karyawan swasta Haerani Herman yakni:

“Faktor yang unggul di Dafa Kafe ialah suasana kafanya yang bikin nyaman untuk berlama-lama, kami kan orang kantoran yang disibukkan dengan berbagai kegiatan kantor yang kadang banyak kadang juga sedikit. Nah kebetulan sekali kantor saya dekat dari Dafa Kafe maka sangat cocok jadi pilihan waktu istirahat. Pokonya sampai sini fikiran langsung segar dengan suasana yang nyaman” ujarnya saat wawancara pada 5 Desember 2018.

## **6. Live Musik**

Live musik merupakan sebuah pertunjukan dimana para pelaku seni pertunjukan memainkan musik atau alat musik yang disaksikan secara langsung oleh penonton tanpa ada batasan jarak. Saat ini musik telah menjadi bagian dalam hidup manusia. Musik berhasil hadir sebagai penghibur dalam berbagai keadaan baik suka maupun duka dan telah di rancang sedemikian rupa berdasarkan kebutuhan masing-masing konsumen.

Berbicara mengenai musik, hadirnya musik pada berbagai kegiatan merupakan hal yang wajar adanya. Jika dahulu live musik hanya dapat di jumpai pada kegiatan akbar seperti konser, nikahan ataupun perayaan lainnya namun kini

dengan sangat muda untuk menyaksikan dan merasakan langsung pada berbagai kafe dimanapun. Pada dasarnya hal ini merupakan sesuatu yang sangat baik, mengapa hal demikian terjadi? karena telah dibuktikan dan selaras dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh para ahli terdahulu, bahwa kehadiran musik berhasil mengantarkan energi positif dalam diri manusia.

“Dafa Kafe menyuguhkan *live* musik bagi para pelangganya, dalam seminggu kita bisa mendengarkan *live* musiknya tanpa kena biaya tambahan setiap malam kamis dan malam minggu. Bagi saya ini adalah salah satu faktor penunjang yang sangat baik untuk menarik para konsumen berdatangan di dafa. Lagi pula band yang tampil juga sangat baik lagu yang dibawakan juga adalah lagu terbaru sesuai selera para pelanggan Dafa” ungkap Denny seorang narasumber saat wawancara pada 8 Desember 2018

Mendengarkan musik ialah hal yang cukup di gemari bai sebagian orang. Setiap orang memiliki selera musik yang berbeda tergantung dengan suasana hati dan kesukaan setiap individu. Salah satu faktor yang membuat pelaku usaha untuk mengadakan live musik ialah kecintaan para pelanggan dengan musik hal inilah yang kemudian dilihat dan dijadikan peluang untuk dimanfaatkan oleh para pemilik kafe untuk menarik perhatian penonton melalui musik. Ungkapan salah seorang narasumber nurul husna seorang Apoteker saat wawancara pada 5 Desember 2018 bahwa :

“Seperti tagline dafa 101% nongrong asik dan ini terbukti berhasil di implementasikan oleh Dafa Kafe. Hadirnya *live* musik sebagai suguhan bagi para pelanggan setia Dafa menjadi nilai tersendiri. Meskipun tidak setiap hari, namun dengan adanya live musik setiap malam kamis dan malam minggu sudah sangat menghibur. Bandnya bagus, pilihan lagunya juga bagus, performnya maksimal disamping itu bagi pelanggan yang ingin menyalurkan bakat mereka untuk menyanyi dan mengisi acara *live* musik juga diperbolehkan”

## 7. Sponsorship

Dalam melakukan kegiatan *sponsorship* tentunya suatu perusahaan atau unit usaha memiliki tujuan tertentu yang hendak dicapai. Melakukan *sponsorship* tentunya akan merujuk ke masyarakat atau menarik perhatian para calon pelanggan. *Sponsorship* pada hakikatnya merupakan promosi langsung dalam bentuk kerjasama. Namun diluar daripada itu beberapa tujuan yang diutarakan oleh pemilik Dafa Kafe saat melakukan wawancara pada 15 November 2018 bahwa :

1. Citra Perusahaan

Sebagai seorang pelaku usaha tentunya produk saya sudah harus memiliki *positioning* yang jelas kepada para pelanggan mereka. Dari sinilah kemudahan melalui *Positioning* akan dapat menentukan produk atau jasa yang kita tawarkan menasar pasar secara besar atau tidak. Selaian itu dengan adanya *Positioning* suatu produk akan meningkatkan citra atas produk dan jasa yang mereka lempar kepada pasar

2. Mengakrabkan Brand Kepada Masyarakat

Tantangan terbesar yang cukup sulit untuk dipatahkan ialah bagaimana masyarakat bisa akrab dengan brand yang kita miliki. Tidak hanya akrab bahkan kami berupaya kedepan bagaimana brand Dafa ini akan melekat dan menjadi pilihan pertama bagi mereka yang ingin nongkrong asik.

Kemudian muncul dibenak saya pada waktu itu ialah seberapa besar harapan tersebut bisa tercapai? Pada dasarnya produk yang lebih melekat di benak para pelanggan secara perlahan akan mendapatkan posisi yang lebih banyak oleh pelanggan pulat. Olehnya, pelanggan akan cenderung memilih produk yang sering mereka dengar dan lihat dibandingkan memilih produk yang baru muncul kedepanya. Ujarnya.

Kegiatan *sponsorship* yang dilakukan oleh Dafa Kafe rupanya telah menjadi

nilai lebih bagi para konsumen setia Dafa Kafe. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh pemilik Dafa Kafe pada poin kedua yakni mengakrabkan *brand* kepada masyarakat rupanya telah berhasil mereka capai. Salah satu pernyataan narasumber Muhammad Alqadri Natution pada 22 November 2018 mengemukakan bahwa :

“Salah satu faktor keunggulan bersaing Dafa Kafe yang dimiliki ialah dimana Dafa Kafe selalu andil pada beberapa event di Kabupaten Bulukumba. Kehadirannya tidak lain sebagai *sponsorship* pada *event* tersebut. Beberapa kali saya melihat langsung baik stand, baliho ataupun logo Dafa pada kegiatan kegiatan disini. Dibanding Kafe lain saya masih melihat Dafa lebih sering andil sebagai *sponsorsip*”

Pandangan serupa juga di ungkapkan oleh seorang Duta Wisata Kabupaten Bulukumba, Nadya Oktaviani pada 8 November 2018 mengungkapkan :

“Dafa adalah salah satu kafe yang sering melakukan *sponsorsip* kalau menurut saya secara pribadi. Ketika nadya mengikuti pemilihan duta wisata Bulukumba 2018 dafa adalah sponsor yang turut serta pada kegiatan tersebut. Sempat juga kemarin Dafa saya lihat menjadi sponsor pada salah satu *event* besar yang di selenggarakan di kabupaten Bulukumba”

#### **8. Memiliki Cabang**

Kafe yang hadir sejak tahun 2013, Dafa Kafe merupakan Kafe pertama di Kabupaten Bulukumba. Meskipun kehadirannya tidak kala itu sebagai Kafe dengan sarana dan fasilitas yang sangat memadai seperti saat ini seperti kafe yang baru bermunculan seperti sekarang ini. Di usianya yang ke tiga tahun Dafa Kafe telah berhasil membuka cabang baru sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan pasarnya. dipenghujung tahun 2016 dengan posisi yang sangat strategis yang beralamat di Jl. Lanto Dg Pasewang Bulukumba yang merupakan jalur utama antar provinsi-provinsi di tempat inilah Dafa Kafe membuka cabang barunya. Langkah ini diambil berdasarkan permintaan para konsumen setianya terhadap keluhan tidak mendapatkan tempat jika ingin menikmati produk Dafa Kafe dan ingin melakukan pembelian secara *take way*.

“Yang unik dan hebat menurut saya adalah Dafa Kafe itu punya cabang pembantu. Hampir setiap malam kamis dan mingg itu Dafa induk selalu kelebihan konsumen hingga kekurangan tempat duduk. Sehingga atas dasar

demikian yang menginisiasi Dafa Kafe membuka cabang baru” ujar Bapak Safri pemilik Natural Kafe

Keberuntungan kembali berpihak kepada Dafa Kafe Bulukumba, setelah sukses dengan cabang yang dibuka tahun 2016, maka pada pertengahan tahun 2018 Dafa kafe Bulukumba kembali membuka cabang kedua di kecamatan Ujung loe yang juga merupakan bentuk pemenuhan kebutuhan masyarakat daerah timur bulukumba. Tampil dengan desain interior yang klasik dan kekinian kehadiran cabang kedua ini juga tidak luput dari keramaian para konsumen setia Dafa Kafe.

“Satu-satunya kafe yang memiliki cabang di Bulukumba ialah Dafa Kafe, saya merasa kehadiran cabangnya ini berdasarkan kebutuhan para pelanggannya yang kadang tidak kebagian tempat duduk. Selain itu ini membuktikan bahwa Dafa Kafe sangat sukses menarik para pelanggan dan ini yang kemudian membuatnya unggul dalam persaingan kafe di kabupaten Bulukumba sendiri. Disamping itu kualitas yang disajikan pada keseluruhan cabang Dafa Kafe juga sama sehingga tidak ada keraguan bagi kami untuk para pelanggan setianya untuk memilih cabang manapun dengan alasan kualitas rasanya” Ujar Nur Isna seorang jurnalis saat wawancara pada 12 Desember 2018

## **9. Kompensasi pegawai**

Pemberian kompensasi kepada tenaga kerja pada sebuah pelaku usaha adalah suatu hal yang sudah biasa adanya. Kompensasi merupakan imbalan yang diberikan kepada karyawan terhadap jasa atau kinerja yang telah diberikan kepada tempatnya bekerja. Pada dasarnya kompensasi yang diberikan bisa berupa fisik maupun non fisik yang mana perhitungan pemberiannya disesuaikan dengan kinerja masing-masing karyawan kepada tempat ia bekerja.

Menurut pandangan seorang ahli Simamora (1997) mengungkapkan bahwa kompensasi finansial terdiri dari : Kompensasi finansial langsung (*Direct Financial Compensation*), yang terdiri dari bayaran (pay) yang diperoleh karyawan dalam bentuk gaji, upah, bonus, dan kompensasi sedangkan

Kompensasi finansial tidak langsung (*Indirect financial Compensation*) disebut juga tunjangan yang meliputi imbalan-imbalan finansial yang tidak tercakup dalam kompensasi langsung.

Pandangan seorang narasumber terkait pemberian kompensasi pegawai diungkapkan oleh Ridwan yang juga merupakan mantan pekerja di Dafa Kafe Bulukumba saat wawancara pada 6 Desember 2018 bahwa :

“Pemberian kompensasi kepada pegawai di kafe ini bisa diacungi jempol. Dafa Kafe sendiri dalam memberikan kompensasi kepada pegawainya tidak hanya melihat dari sisi internal atau kinerja para pegawainya. Disamping menilai hal-hal tersebut, banyak faktor yang juga dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pemberian kompensasi seperti tambahan bagi mereka yang telah berkeluarga, memiliki anak, terkena musibah dan beberapa faktor lainnya diluar kiner yang diberikan.”

Dalam memberikan kompensasi kepada para pekerja terlebih dahulu Dafa Kafe melakukan penghitungan kinerja karyawanya. umumnya sistem tersebut diterapkan agar dapat mengetahui berisi kriteria penilaian. Penilaian yang dimaksud misalnya mulai seberapa banyak pekerjaan yang dapat diselesaikan, bagaimana kecepatan dan ketepatannya dalam bekerja kerja, komunikasi antar pekerja, perilaku, pemahaman tugasnya, serta penilaian-penilaian lainnya. Menurut Mutiara S. Pangabean (2004) pada umumnya kompensasi diberikan kepada karyawan untuk :

- a. Menarik karyawan yang cakap organisasi
- b. Mendorong mereka untuk berprestasi tinggi
- c. Mempertahankan karyawan yang produktif dan berkualitas agar tetap setia

#### **10. Promosi Sosial Media**

Peran sosial media di era milenial tidak diragukan lagi, hampir setiap sisi kehidupan menjadi konsumsi sosial media saat ini. Kehadirannya dianggap bernilai

postitif namun sebagaimana juga menganggapnya adalah hal yang negatif jika secara berlebihan. Sebagai pelaku usaha, Dafa Kafe turut andil dalam memanfaatkan sosial media sebagai alat promosi produk yang ditawarkan. Beberapa narasumber mengungkapkan bahwa dengan adanya sosial media Dafa Kafe adalah satu bentuk kemudahan yang dapat dirasakan oleh para pelanggan seperti pendapat Dini seorang karyawan swasta saat wawancara pada 13 Desember 2018 yaitu :

“Sosial media sangat memudahkan kami sebagai pelanggan, khususnya saya secara pribadi sangat terbantu, misalkan saja saya bisa *update* informasi terbaru yang ada di Dafa seperti varian menu baru, Diskon yang diberikan, Perubahan jadwal buka dan tutup dafa dan informasi lain yang bermanfaat bagi kami sebagai pelanggan setia Dafa Kafe.”

Pembahasan wawancara yang sama namun pendapat berbeda di ungkapkan oleh Ainun seorang pelajar pada 8 Desember 2018 bahwa :

“Berhubung kami adalah generasi kekinian apa-apa saat ini melalui sosial media, saya cukup senang dengan akun sosial media Dafa Kafe selain memberikan informasi terkait produk dan penawarannya, kami juga sebagai pelanggan ikut di *repost* fotonya di *official account* sehingga ada keseangan tersendiri yang muncul. Selain itu saya uga terbantu dengan adanya *whatsapp* yang dapat kami hubungi untuk dapat mereservasi tempat sebelum kesana sehingga dapat sangat membantu dan yakin tidak akan kehabisan tempat”

Promosi yang dilakukan di media sosial terbukti lebih berhasil dibandingkan promosi yang bersifat konvensional. Mengapa hal demikian bisa terjadi sebagaimana penjelasan diatas, dengan adanya promosi di media sosial, hal tersebut akan sampai kepada para pelanggan yang sebelumnya mungkin tidak pernah mendengar atau mengetahui suatu produk yang dipasarkan, namun dengan adanya informasi yang ia dapatkan melalui sosial media hal tersebut dapat teratasi dengan mudah hingga akhirnya mereka lebih akrab dengan brand yang di tawarkan

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Sebagai *market leader* dalam dunia persaingan usaha khususnya kafe, Dafa Kafe kini berhasil membawa brandnya menjadi unggul di pasaran. Hadir sejak 2013 silam, pada usianya yang kelima telah sukses dengan satu kafe induk dan dua kafe cabang. Berbagai strategi pemasaran dan faktor-faktor penunjang yang mampu membawa Dafa Kafe dikenal masyarakat Kabupaten Bulukumba.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukann sepuluh faktor penentu keunggulan bersaing dafa kafe diantaranya : 1. Faktor harga yang relative murah. 2. *brand* dan kualitas cita rasa yang khas 3. Varian menu yang ditawarkan. 4. Pelayanan yang baik 5. Desain kafe unik dan menarik 6. *Live* musik 7. Aktif sebagai sponsorship 8. Memiliki cabang pembantu 9. Pemberian kompensasi atau insentif karyawan. 10. promosi sosial media dan pemesana online.

Keseluruhan faktor-faktor yang terjabarkan diatas adalah penentu keberhasilan Dafa Kafe Bulukumba dalam merintis usahanya. Konsisten terhadap Visi dan Misi menjadi acuan Dafa kafe dalam mengambil setiap keputusan. Meskipun telah berhasil menjadi *market leade*, kedepanya Dafa Kafe akan terus berinovasi dalam berbagai aspek untuk kembali mendapatkan *loyalitas* konsumen ataupun sekedar mempertahankan eksistensi yang telah dicapaib selama ini.

## B. Saran

Adapun beberapa saran yang dapat diberikan sehubungan dengan kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mampu menembus persaingan pasar khususnya pada bidang kafe, beberapa faktor keunggulan bersaing hendaknya diterapkan pula oleh pemilik Kafe yang ada di Kabupaten Bulukumba. Hal ini bertujuan untuk mencari kekuatan serta menjadi daya Tarik tersendiri untuk mendatangkan para konsumen serta melakukan pembelian secara berkala.
2. Dalam penelitian ini masih banyak kekurangan didalamnya, bagi para peneliti kedepan yang ingin melakukan penelitian dengan tema yang sama agar kiranya memperdalam pemahaman serta mampu menggalih lebih dalam terkait faktor-faktor keunggulan bersaing pada objek penelitiannya.

## DAFTAR PUSTAKA

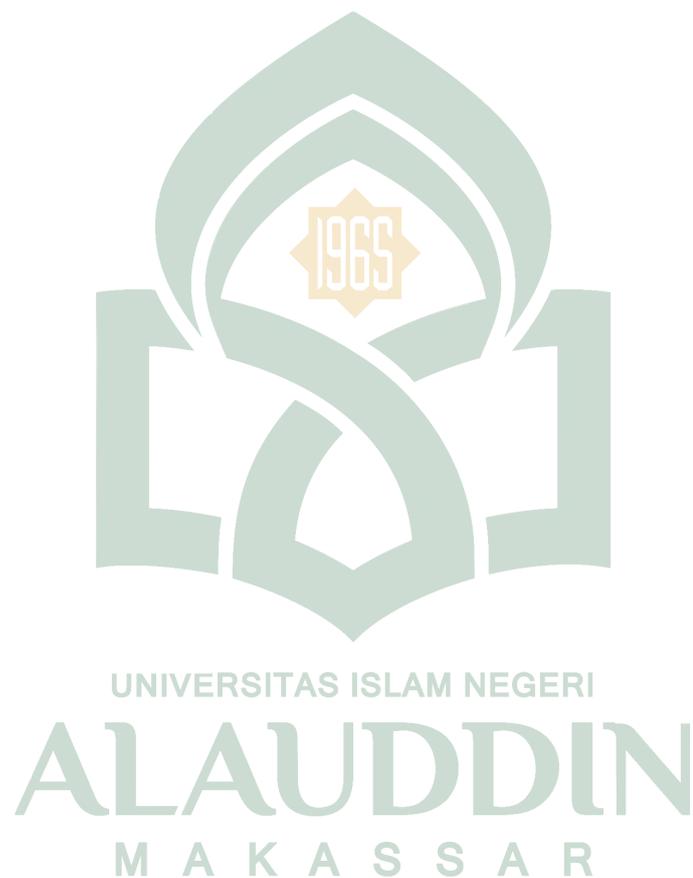
- Abraham H. Maslow. 1994. *Motivasi dan Kepribadian (Teori Motivasi dengan Pendekatan hierarki Kebutuhan Manusia)*. PT PBP, Jakarta.
- Assuari Sofjan, 2015. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers, Jakarta.
- Al-Qur'anul karim*
- Barney, Jay. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management* 17, no. 1 (1991), h. 99-120.
- Curatman Aang, dkk, 2016. *Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti, Kota Cirebon*. Jurnal Manajmen, Universitas Diponegoro.
- David, Fred R. 2006. *Manajemen strategis Konsep, Ed.10*. Jakarta : Salemba Empat.
- David, Fred R. *Manajemen Strategis*. (Jakarta: Salemba Empat, 2009).
- David, R Fred. 2012. *Strategic Management Concepts & Cases*. Pearson Academic; 14th edition
- Departemen Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahnya*.
- Grant, R. M., 1991. The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implication for Strategy Formulation. *California Management Review*
- Gozali Imam, 2015. *Analisis Kinerja Pemasaran untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi pada Centra Industri Pakaian Batik di Pekalongan)* Jurnal Ekonomi, UNTAG Semarang.
- Hartono Hendry dkk, 2012. *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian*. Jurnal Manajmen, Universitas Bina Nusantara.
- Husain Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, (Jakarta : Rajawali pers, 2010), hlm.16
- Juliansyah Noor, *”Metedologi Penelitian”*, (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2015), cet. Ke, 5, h.147.
- Kotler, Phillip & Kevin Lane keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Ed.12*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Lasalewo Trifandi, 2012. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Industri di Provinsi Gorontalo*. Jurusan Teknik Industri, Universitas Negeri Gorontalo

- Lenggogeni Laylani, Agusty Tae Ferdinand 2016. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian*. Jurnal Management Universitas Dipenogoro
- Lestari, et al. Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja keuangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 20, no. 3 (September 2016), h. 346-366.
- Libyanita, Mayangtari dan Wahidahwati. Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuangan dengan Competitive Advantage sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 5, no.5, (Juni 2016), h. 1-19.
- Madhani, P.M. (2009). "Sales Employees Compensation: An Optimal Balance between Fixed and Vatiable Pay." *Compensation and Benefits Review*. 41(4), 44-51
- Miles, Matthew B. and Huberman, A. Michael. 1984. *Qualitative Data Analysis: A Source Book of New Methods*. London: Publikasi Sage
- Nanang Martono,"*Metode Penelitian Kuantitatif*",(Jakarta: Rajawali Pers,2016), cet.5, h.21
- Penrose, E.T. 1959. *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*: with a new introduction. New York: The Free Press.
- Prasetya Adhitya Yoga, S.Ip, S.E., M.M 2015. *Analisis Faktor yang Mempengaruhui Keunggulan Bersaing Produk dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pemasaran*. Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan, (STIE) Totalwin Semarang
- Simamoran, Henry, 1997, "*Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*", Edisi kedua. Jakarta ;PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono,"*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*",(Bandung: Alfabeta 2016), cet, 23,h. 145
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171–180. <https://doi.org/10.1002/smj.4250050207>
- Yusuf, 28 Agustus 2018. *Teori Kebutuhan Maslow Dan Contohnya Pada Perusahaan* <http://jurnalmanajemen.com/teori-kebutuhan-maslow/>. Diakses pada Taggal 3-September-2018 pukul 13.05
- <https://www.bulukumbakab.go.id/pages/potensi-kependudukan>. Diakses pada Taggal 1-September-2018 pukul 14.21
- <https://www.bulukumbakab.go.id/pages/potensi-perikanan-dan-kelautan>. Diakses pada Taggal 3-September-2018 pukul 11.11

<https://www.bulukumbakab.go.id/pages/potensi-pertanian>. Diakses pada Taggal 3-September-2018 pukul 11.22

<https://www.bitebrands.co/2017/05/tujuan-sponsorship-manfaat-pengertian-arti-definisi.html> Diakses pada 20 Desember 2018 Pukul 22.03

<http://www.backpagelowell.com/live-music-sebagai-trik-menarik-pelanggan-kafe-di-indonesia/>. Diakses 25 desember 2018 13,10



L

A

M

P

I

R

A

N

W

A

W

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

ALAUDDIN

MAKASSAR

C

A

R

A

## **Wawancara Pelanggan Dafa Kafe**

### **PEDOMAN WAWANCARA**

#### **Analisis Faktor-Faktor Keunggulan Bersaing Pada Dafa Kafe Bulukumba**

Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi keunggulan bersaing Dafa Kafe Bulukumba menurut para konsumen setia Dafa Kafe.

#### Identitas Responden

Nama :  
Jenis Kelamin :  
Usia :  
Pekerjan :  
Daftar Pertanyaan:

#### Pertanyaan:

6. Barapa banyak kafe yang anda ketahui di kabupaten bulukumba ?
7. Kafe mana yang sering anda kunjungi ?
8. Seberapa sering anda berkunjung di Dafa Kafe ?
9. Menurut anda faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada Dafa Kafe Bulukumba ?
10. Menurut anda aspek apasaja yang perlu di tingkatkan dafa kafe agar dapat lebih unggul?

#### **Hasil wawancara**

#### **Lembar wawancara**

Nama : Rezky Muthia Kahar  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Usia : 19 Tahun  
Jabatan : Mahasiswa  
Responden : 1

1. Barapa banyak kafe yang anda ketahui di kabupaten bulukumba ?

Jawab:

setahu saya ada enak kafe kalua tidak salah sih, Dafa, labissa, A3, Natural, Dzaky dan Royal

2. Mana yang paling sering anda kunjungi?

Jawab:

Dafa menjadi pilihan tempat nongkrong paling asyik sesuai dengan Tagline dafa Kafe

3. Seberapa sering anda ke Dafa Kafe

Jawab:

hamper 4-5 kali dalam seminggu mungkin kalua saya. Bahkan kadang dalam sehari bisa sampai 2 kali saya ke kafe ini kak

4. Menurut anda faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada Dafa Kafe Bulukumba ?

Jawab:

murah meriah kalau istilah keranya sih, tapi Satu hal yang membuat saya selalu cinta dengan Dafa Kafe ialah cita rasa yang terus konsisten untuk dipertahakna secara professional. Sampai saat ini saya belum pernah merasakan adanya perbedaan rasa dari minuman yang menjadi favorit saya ketika melakukan pemnelian di tempat ini, bagi saya secara pribadi itu adlah hal yang sangat penting untuk menjaga kesetiaan pelanggan Dafa kafe tambahan mungkin pelayanya cukup banyak sampai terkadang hamper 2 pelayan secara bersamaan menghapiri

5. Menurut anda aspek apasaja yang perlu di tingkatkan dafa kafe agar dapat lebih unggul?

Jawab:

Kebersihan kafanya harus di pertahankan, pelayanan di jaga juga serta parkirannya mungkin butuh lebih luas lagi karena pengunjung dafa ya luar biasa ramai.

Nama : Nurul Husna

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 22 Tahun

Jabatan : Apoteker

Responden : 2

1. Berapa banyak kafe yang anda ketahui di kabupaten bulukumba ?

Jawab:

lebih dari sepuluh mungkin kalau berbicara jumlahnya. Karena bulukumba sekarang bisa hamper samalah dengan makassar sudah banyak tempat nongkrong sebagai kebutuhan manusia masa kini khususnya anak muda seperti kita ini.

2. Mana yang paling sering anda kunjungi?

Jawab:

Dafa Kafa bukan yang lain.

3. Seberapa sering anda ke Dafa Kafe

Jawab:

sering tapi tidak menetap jadwal kesininya, intinya kalau saya ada ajakan ksini jawabnya selalu siap atau paling tidak bilang OTW

4. Menurut anda faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada Dafa Kafe Bulukumba ?

Jawab:

tempatnnya, sebenarnya melihat segi kehadiran kafe dafa sendiri sudah punya star poin duluan hadir namun dalam bentuk gerobak pada waktu itu hingga saat ini dengan tampilan yang sangat menarik, ciri khas utama yang dafa miliki adalah kemasan minuman dalam bentuk cup plastic serta bahan dasar minuman yang di sajikan dari the bukan air minum mineral. Disamping itu yang seru adalah live musiknya. Seperti tagline dafa 101% nongrong asik dan ini terbukti berhasil di implementasikan oleh Dafa Kafe. Hadirnya live music sebagai suguhan bagi para pelanggan setia Dafa menjadi nilai tersendiri. Meskipun tidak setiap hari, namun dengan adanya live musik setiap malam kamis dan malam minggu sudah sangat

menghibur. Bandnya bagus, pilihan lagunya juga bagus, performanya maksimal disamping itu bagi pelanggan yang ingin menyalurkan bakat mereka untuk menyanyi dan mengisi acara live musik juga diperbolehkan. Terakhir adalah harga dan menu yang sangat variatif

5. Menurut anda aspek apa saja yang perlu di tingkatkan dafa kafe agar dapat lebih unggul?

Jawab:

pelayanan harus lebih ramah dan sigap, karena kadang pelanggan padat merayap sampai mereka kewalahan. Tempatnya mungkin bisa di ubah atmosfirnya agar lebih ngangenin saat tidak kesini, terakhir untuk smoking area bisalah di perluas lagi

Nama : Indah Andira

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 22 Tahun

Jabatan : Desain Grafis

Responden : 3

1. Barapa banyak kafe yang anda ketahui di kabupaten bulukumba ?

Jawab:

kurang lebinya 15san kafe mulai dari kafe biasa sampai dengan kafe yang sangat hits seperti di dafa ini salah satu contohnya, yang lain mungkin natural, Labissa, A3, Mr.Box dan masih banyak lagi.

2. Mana yang paling sering anda kunjungi?

Jawab:

Dafa Kafa bukan yang lain.

3. Seberapa sering anda ke Dafa Kafe

Jawab:

Sering banget bisa jadi hamper setiap hari

4. Menurut anda faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada Dafa Kafe Bulukumba ?

Jawab:

sebagai seorang karyawan tentunya saya memperhatikan yang namanya aspek pelayanan yang baik. Penentu yang cukup berpengaruh membuat saya memilih Dafa kafe sebagai tempat nongkrong saya ialah karena pelayanan yang diberikan oleh para karyawan dari kafe ini sendiri. Banyak hal yang menjadi nilai tambah dari pelayanan yang mereka berikan seperti: Yang pertama Ramah, Mereka sangat welcome kepada setiap pelanggan Kedua Homoris, beberapa dari karyawan Dafa Kafe memiliki sifat humor yang tinggi kepada para konsumen Ketiga yang takalah penting adalah pelayanan yang cepat tangap. Saya rasa dengan demikian para konsumen akan merasa nyaman dan tidaklah harus menunggu lama dari segi pelayanan

5. Menurut anda aspek apa saja yang perlu di tingkatkan dafa kafe agar dapat lebih unggul?

Jawab:

kursi dan meja mungkin wajib di tambah apalagi saat live music, malam minggu atau bahkan ada jadwal nonton bareng terkadang kami tidak kebagian tempat sama mereka

Nama : Rini Afriani

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 24 Tahun

Jabatan : Ibu Rumah Tangga

Responden : 4

1. Barapa banyak kafe yang anda ketahui di kabupaten bulukumba ?

Jawab:

Selain dafa ada abbana, sanders, natural, wow, Mr.Box, A3 dan masih banyak pokoknya.

2. Mana yang paling sering anda kunjungi?

Jawab:

Sering kesinolah, di Dafa Kafe.

3. Seberapa sering anda ke Dafa Kafe

Jawab:

2 kali seminggu kadang juga ada tambahan kalau kebetulan lewat ya mampir beli minuman andalan saya

4. Menurut anda faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada Dafa Kafe Bulukumba ?

Jawab:

Sejak masih duduk di bangku SMA empat tahun lalu, harga penjualan makan dan Minum Dafa Kafe sampai saat ini tidak mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Pada tahun 2014 harga teh poci doble milo yang sering saya konsumsi sampai saat ini hanya Rp.12.000,- dan tahun 2018 minuman yang sama saya nikmati sat ini hanya naik seharga Rp.15.000,- itu artinya hanya dalam setahun perubahan harga tidak mencapai Rp.1.000,- selain itu rasanya enak, susah dibohongi. Belum lagi banyak menunya dan kemasannya unik karena branding sendiri

5. Menurut anda aspek apasaja yang perlu di tingkatkan dafa kafe agar dapat lebih unggul?

Jawab:

ya mungkin harus lebih luas lagi, saat ini dengan luas yang sudah lumayan saja pengunjung kadang tidak kebagian tempat jadi saranya di tambahkan lah. Kedua parkir kadang susah mo parker dimana dan terakhir nambah menu unik dong kalau bisa

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

ALAUDDIN  
M A K A S S A R

Nama : Vivi  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Usia : 22 Tahun  
Jabatan : Mahasiswa  
Responden : 5

1. Barapa banyak kafe yang anda ketahui di kabupaten bulukumba ?

Jawab:

Dafa, Sanders, Natural, Royal, Wow sama Abbana kafe.

2. Mana yang paling sering anda kunjungi?

Jawab:

Sering ke Dafa dong temtunya

3. Seberapa sering anda ke Dafa Kafe

Jawab:

Lumayan sering bisa 3 sampai 4 kali dalam hitungan minggu

4. Menurut anda faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada Dafa Kafe Bulukumba ?

Jawab:

Rasa setiap makan dan minuman dafa kafe enak, ya sangat enak bahkan bagi saya. Apalagi kita ini masyarakat yang kekinian selalu ingin mencoba dan penasaran dengan hal-hal baru apalagi makan dan minum. Namun yang uniknya dengan kualitas rasa yang disajikan, saya secara pribadi dan beberapa teman teman saya merasa selalau suka dan memilih dafa kafe sebagai tempat andalan kami saat ini bertemu atau melaukan rapat rapat kecil.

5. Menurut anda aspek apasaja yang perlu di tingkatkan dafa kafe agar dapat lebih unggul?

Jawab:

fasilitas kursi dan meja serta sarana lain. Sama menu baru kalau bisalah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

ALAUDDIN  
MAKASSAR

Nama : Nadya Oktaviani

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 20 Tahun

Jabatan : Duta Wisata

Responden : 6

1. Barapa banyak kafe yang anda ketahui di kabupaten bulukumba ?

Jawab:

Saya taunya banyak tapi belum semua saya kunjungi kak

2. Mana yang paling sering anda kunjungi?

Jawab:

Kalau sering di sini, dafa kafe cman pernah juga beberapa kali di kafe lain krna ajakan teman

3. Seberapa sering anda ke Dafa Kafe

Jawab:

Kalau dafa 2 kali seminggu kalau saya, cuman beberapa kali juga mampir untuk sekedar membeli dan bungkus untuk bawa pulang

4. Menurut anda faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada Dafa Kafe Bulukumba ?

Jawab:

Banyak hal menurut saya sesuai dengan tagline 101% nongrong asik, semua memang sangat asik, mulai dari menunya, sampai pelayanannya, fasilitasnya, interior kafanya, rasa makanan dan minumannya, live musiknya pokoknya paket komplitlah kalau menurut saya dan ini sangat rekomen bagi yang mau nongkrong. Dafa juga mengangkat nama mereka melalui kegiatan sponsorship. Ketika nadya mengikuti pemilihan Duta Wisata Bulukumba 2018 dafa adalah sponsor yang turut serta pada kegiatan tersebut. Sempat juga kemarin Dafa saya lihat menjadi sponsor pada salah satu event besar yang di selenggarakan di kabupaten Bulukumba.

5. Menurut anda aspek apasaja yang perlu di tingkatkan dafa kafe agar dapat lebih unggul?

Jawab:

Perluas arelah kalau bisa, parkir dan wifinya

Nama : Qadri Nasution

Jenis Kelamin : Laki-laki

Usia : 20 Tahun

Jabatan : Mahasiswa

Responden : 7

1. Barapa banyak kafe yang anda ketahui di kabupaten bulukumba ?

Jawab:

Lumayanlah untuk saat ini tp yang saya tau karena pernah kesana itu natural, labissa, Abbana, Wow, Royal, A3, sama Kopalisme kafe

2. Mana yang paling sering anda kunjungi?

Jawab:

Jawabnya ya dsini, Dafa Kafe

3. Seberapa sering anda ke Dafa Kafe

Jawab:

Dalam seminggu saya bisa 2 sampai 4 kali

4. Menurut anda faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada Dafa Kafe Bulukumba ?

Jawab:

Satu hal yang menurut saya utama adalah dafa dengan konsisten selalu mejadi sponsorship pada beberapa kegiatan. Tujuanya adalah pasti untuk branding nama dan pemasaran yang lebih luas. Salah satu faktor keunggulan bersaing Dafa Kafe yang dimiliki ialah dimana Dafa Kafe selalu andil pada beberapa event di Kabupaten Bulukumba. Kehadirannya tidak lain sebagai sponsorship pada event tersebut. Beberapa kali saya melihat lansung baik stand, baliho ataupun logo Dafa pada kegiatan kegiatan dsini. Dibanding Kafe lain saya masih melihat Dafa lebih sering andil sebagai sponsorsip. Dengan tu saya rasa adalah alah satu membuat dafa unggul dari yang lain dan harus diketahui bahkan sampai saat ini dafa sudah mempunyai dua cabang satu di kota dan satunya lagi di kecamatan ujungloe, dan hebatnya semua kafe dafa baik induk dan cabang selalu ramai pengunjungnya. Bebrapa kali juga dafa saya lihat menjadi tempat workshop dan bazar yang terbilang besar dan menarik

5. Menurut anda aspek apasaja yang perlu di tingkatkan dafa kafe agar dapat lebih unggul?

Jawab:

Karena sudah punya dua cabang saya rasa faktor lain yang harus di tingkatkan adalah konsiten rasa dan kualitas pelayanan. Selain itu pemerataan fasilitas dan sarana di semua kafe cabang harus di upayakan sesuai dengan kafe induk yang kita tempati sekarang

Nama : Denny Syaputra

Jenis Kelamin : Laki-laki

Usia : 25 Tahun

Jabatan : Wiraswasta

Responden : 8

1. Barapa banyak kafe yang anda ketahui di kabupaten bulukumba ?

Jawab:

Lumayan banyak sih yang saya tau, kurang lebih lima belasan

2. Mana yang paling sering anda kunjungi?

Jawab:

Sering ke Dafa Kafe, tapi lading juga ke Natural Kafe kebetulan punya keluarga juga disana

3. Seberapa sering anda ke Dafa Kafe

Jawab:

3 kali dalam seminggu rata-ratanya

4. Menurut anda faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada Dafa Kafe Bulukumba ?

Jawab:

Alasan karna murah ya harganya paslah untuk kami, rasa makanan dan minuman sudagh tidak diragukan lagi nah selain itu, live music adalah faktor saya kesini, saya orangnya suka musik dan senang jika mendegarkan music Dafa kafe menyuguhkan live music bagi para pelangganya, dalam seminggu kita bisa medengarkan live musiknya tanpa kena biaya tambahan setiap malam kamis dan malam minggu. Bagi saya

ini adalah salah satu faktor penunjang yang sangat baik untuk menarik para konsumen berdatangan di dafa. Lagi pula band yang tampil juga sangat baik lagu yang dibawakan juga adalah lagu terbaru sesuai selera para pelanggan Dafa

5. Menurut anda aspek apasaja yang perlu di tingkatkan dafa kafe agar dapat lebih unggul?

Jawab:

di kafe cabang baiknya di tingkatkan fasilitasnya, tenaga kerja di tambah dan wifinya di perkuat karena sebagian orang nongkrong disini butuh jaringan tambahan

Nama : Muh. Ridwan

Jenis Kelamin : Laki-laki

Usia : 25 Tahun

Jabatan : Wiraswasta

Responden : 9

1. Barapa banyak kafe yang anda ketahui di kabupaten bulukumba ?

Jawab:

Setau saya ada kurang lebih 10 kafe yang cukup terkenal di Kabupaten Bulukumba.

2. Mana yang paling sering anda kunjungi?

Jawab:

Sering berkunjung ke dafa, kebetulan mantan pekerja disini juga

3. Seberapa sering anda ke Dafa Kafe

Jawab:

Sangat sering kadang yang di cabang dua ujung loe kadang juga yang dikota tapi paling sering dikota karena ramai meskipun jauh dari rumah. Sering di kota juga karena kalau ada kegiatan atau agenda rapat ya di daf ini kafe induk

4. Menurut anda faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada Dafa Kafe Bulukumba ?

Jawab:

Kebetulan saya mantan karyawan yah di kafe ini, Pemberian kompensasi kepada pegawai di kafe ini bisa diacungi jempol. Dafa Kafe sendiri dalam memberikan kompensasi kepada pegawainya tidak hanya melihat dari sisi internal atau kinerja para pegawainya. Disamping menilai hal-hal tersebut, banyak faktor yang juga dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pemberian kompensasi seperti tambahan bagi mereka yang telah berkeluarga, memiliki anak, terkena musibah dan beberapa faktor lainnya diluar kiner yang diberikan

5. Menurut anda aspek apasaja yang perlu di tingkatkan dafa kafe agar dapat lebih unggul?

Jawab:

Pemerataan fasilitas mungkin di semua kafe dafa di upayakan setara dengan kafe induk

Nama : Nurandini Alya Sam

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 23 Tahun

Jabatan : Pegawai Swasta

Responden : 10

1. Barapa banyak kafe yang anda ketahui di kabupaten bulukumba ?

Jawab:

Banyak, saya lupa berapa jumlahnya. Pokokna banyak. Yang saya tau Dafa, Natural, Labissa, Sanders, Abbana, cuman itu yang saya tau

2. Mana yang paling sering anda kunjungi?

Jawab:

Dafa sama Natural, tapi lebih sering ke Dafa.

3. Seberapa sering anda ke Dafa Kafe

Jawab:

Paling sedikit satu kali satu minggu. Tapi biasanya 2-3 kali dalam seminggu. Tergantung kalo ada yang ajak. Soalnya rata-rata teman kalau ngajak keluar selalu ngajakinnya ke Dafa kafe.

4. Menurut anda faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada Dafa Kafe Bulukumba ?

Jawab:

Mungkin karena dia kafe yang paling lama. Maksudnya dia memulai semuanya dari bawah kan. Dari yang masih took-toko kecil sampai sebesar sekarang. Untuk harga sebenarnya sama saja. Harganya sama saja dengan kafe lain. Tapi untuk pelayan menurut saya pelayanan di Dafa itu bagus. Pelayannya juga ramah-ramah dan bisa diajak bercanda. Yang juga menjadi penilaian bagi dini ialah aktifnya akun sosial media Dafa kafe, Sosial media sangat memudahkan kami sebagai pelanggan, khususnya saya secara pribadi sangat terbantu, misalkan saja saya bisa update informasi terbaru yang ada di Dafa seperti varian menu baru, Diskon yang diberikan, Perubahan jadwal buka dan tutup dafa dan informasi lain yang bermanfaat bagi kami sebagai pelanggan setia Dafa Kafe. Yang lain pa yah, Mungkin dari segi pelayanan. Dafa café memiliki pelayan yang lebih banyak dan pelayannya juga ramah.

5. Menurut anda aspek apasaja yang perlu di tingkatkan dafa kafe agar dapat lebih unggul?

Jawab:

Tempatnya dibikin lebih besar. Karena kadang bisa sampai waiting list. Selain itu juga mungkin dibikin tempat yang bisa dipisah begitu. Jadi ada ruangan vip atau tempat yang lebih tertutup. Tertutup di sini maksudnya yang tidak terlalu tertutup, setidaknya tidak terlalu berisik. Karena kalau untuk ngobrol sebenarnya susah di Dafa Kafe

Nama : Fityan Fathanah

Jenis Kelamin : Laki-laki

Usia : 27 Tahun

Jabatan : Fotografer

Responden : 11

1. Barapa banyak kafe yang anda ketahui di kabupaten bulukumba ?

Jawab:

Lumayan banyak untuk saat ini, bahkan posisinya mereka sangat berdekatan satu sama lain. Bayangkan saja untuk dafa sendiri disatu ruas jalan ini ada 2 kafe pasang meskipun jarak jalanya hanya kurang lebih 700an meter

2. Mana yang paling sering anda kunjungi?

Jawab:

Sudah pasti saya memilih Dafa Kafe

3. Seberapa sering anda ke Dafa Kafe

Jawab:

Mengisi waktu senggang saya paling cocok di dafa ya artinya sesering mungkin saya kesini

4. Menurut anda faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada Dafa Kafe Bulukumba ?

Jawab:

Faktor pelayanan, Pelayanan yang diberikan setiap karyawan sangatlah memuaskan, mereka tidak pernah membedakan pelanggan satu sama lain dari sisi pelayanan. Harus diakui bahwa mereka memperlakukan setiap pelanggan dengan sangat baik, pelayanan yang baik harus menjadi prioritas utama bagi kami seorang karyawan. Namun, sikap profesional ini tidak hanya saya rasakan pada kafe induk melainkan pada kedua cabang Dafa Kafe pun menerapkan hal yang sama tanpa pengecualian sedikitpun. Pada intinya pelayanan yang diberikan di kafe ini sangat memuaskan. Yang tidak kalah penting selain pelayanan adalah harga yang ditawarkan juga lumayan terjangkau untuk kantong. Faktor tambahan adalah

kemasan minuman yang konsisten menggunakan cup dan bahan dasarnya teh.

5. Menurut anda aspek apasaja yang perlu di tingkatkan dafa kafe agar dapat lebih unggul?

Jawab:

Parkiran harus lebih di fikirkan lagi, saran juga mungkin dafa kafe kedepan bisa di bangun keatas atau di tingkat karena kadang pengunjungnya membludak sampai pusing mau duduk dimana ketika datang

Nama : Nadya Oktaviani

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 17 Tahun

Jabatan : Pelajar

Responden : 12

1. Berapa banyak kafe yang anda ketahui di kabupaten bulukumba ?

Jawab:

Saya tidak bisa ketahui berapa kafe yang ada di bulukumba yang jelas yang saya tahu itu dafa, natural, sanders, wow, limited, A3 dan masih banyak lagi sebenarnya lupa namanya krna jarang kesana

2. Mana yang paling sering anda kunjungi?

Jawab:

Dafa Kafe paling sering

3. Seberapa sering anda ke Dafa Kafe

Jawab:

Tergantung dari ajakan teman teman sebenarnya, tapi diluar itu saya juga kadang kseini sendirian untuk mengerjakan tugas jika perlu. Intinya seringla

4. Menurut anda faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada Dafa Kafe Bulukumba ?

Jawab:

Mungkin Dafa Kafe berbeda dengan kafe lain Karena dafa murah meriah dan pelayanannya juga bagus dan ramah dan bisa di ajak bercanda. Lokasinya juga strategis kalau menurut saya karena dekat dari rumah soalnya. Disini juga tingkat keramaian luar biasa dengan kata lain kesetiaan pelanggan dafa selalu saya saksikan kalau kesini orang yang sama hamper selalu saya temui jika ksini

5. Menurut anda aspek apasaja yang perlu di tingkatkan dafa kafe agar dapat lebih unggul?

Jawab:

Mungkin harus lebih mengembangkan lagi tempatnya. Harus lebih luas biar lebih rame lagi.

Nama : Ainun Ummi Sadijah

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 16 Tahun

Jabatan : Pelajar

Responden : 13

1. Barapa banyak kafe yang anda ketahui di kabupaten bulukumba ?

Jawab:

Banyak, saya tidak bisa menyebutkan satu persatu. Saking banyaknya kak

2. Mana yang paling sering anda kunjungi?

Jawab:

Dafa Kafe

3. Seberapa sering anda ke Dafa Kafe

Jawab:

Tergantung dari ajakan teman-teman dan kemungkinan hitungan 2 kali seminggu bahkan bisa sampai 3 atau 4 kali kalau sempat

4. Menurut anda faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada Dafa Kafe Bulukumba ?

Jawab:

Kalau di Dafa kita di mudahkan dengan fasilitas melalui sosial media, Berhubung kami adalah generasi kekinian apa-apa saat ini melalui sosial media, saya cukup senang dengan akun sosial media Dafa Kafe selain memberikan informasi terkait produk dan penawarannya, kami juga sebagai pelanggan ikut di repost fotonya di akun ifficial sehingga ada keseangan tersendiri yang muncul. Selain itu saya uga terbantu dengan adanya Whatsapp yang dapat kami hubungi untuk dapat mereservasi tempat sebelum kesana sehingga dapat sangat membantu dan yakin tidak akan kehabisan tempat, sebagai pelajar juga menurut saya dari segi harga juga cukup terjangkau

5. Menurut anda aspek apasaja yang perlu di tingkatkan dafa kafe agar dapat lebih unggul?

Jawab:

Mungkin tempatnya bisa di perbesar lagi itu wajib, selebihnya bisa mengikuti seperti kursi, meja, dan parkiran

Nama : Hilal Fajar

Jenis Kelamin : Laki-laki

Usia : 18 Tahun

Jabatan : Mahasiswa

Responden : 14

1. Barapa banyak kafe yang anda ketahui di kabupaten bulukumba ?

Jawab:

Kurang dan lebinya ada 10an untuk kafe yang hits di bulukumba ini

2. Mana yang paling sering anda kunjungi?

Jawab:

Tempat inilah yang paling sering, Dafa Kafe

3. Seberapa sering anda ke Dafa Kafe

Jawab:

Bisa dikatakan sangat sering karena jarak dari rumah hanya 200 meter

4. Menurut anda faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada Dafa Kafe Bulukumba ?

Jawab:

Makanan dan minumannya memuaskan, harga terjangkau namun kualitas yang diberikan sangat memuaskan dari segi cita rasa. Suasananya nyaman, pelayannya asik, intinya juara. Apakah anda tau kemasan produk minuman secara langsung dafa promosi wisata daerah melalui kemasan minumannya, disitu jelas terlihat gambar kawasan adat kajang sebagai salah satu tempat wisata unggulan, kapal pinisi juga serta pemandangan alam kahayyan itu sangat menarik.

5. Menurut anda aspek apa saja yang perlu di tingkatkan dafa kafe agar dapat lebih unggul?

Jawab:

Karena saya adalah pria kekinian yang cinta dan selalu bermain *game online*, harapah saya mungkin ada pada kata wifinya Dafa Kafe. wifi saja yang menurutku harus di perkuat jaringannya. Mungkin bukan hanya saya yang mengeluhkan terkait masalah ini.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

ALAUDDIN

MAKASSAR

Nama : Ahmad Mufli

Jenis Kelamin : Laki-laki

Usia : 19 Tahun

Jabatan : Mahasiswa

Responden : 15

1. Barapa banyak kafe yang anda ketahui di kabupaten bulukumba ?

Jawab:

Ada 5 yang pertama sudah jelas dafa, selanjutnya natural, ada juga labissa, Mr.Box dan Royal kafe

2. Mana yang paling sering anda kunjungi?

Jawab:

Kesini pokoknya, Dafa.

3. Seberapa sering anda ke Dafa Kafe

Jawab:

2 kali dalam seminggu, pas live music tapi sering lebih dari angka 2 kali itu

4. Menurut anda faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada Dafa Kafe Bulukumba ?

Jawab:

Menunya sangat banyak sampai pertama kali disini itu agak bingung mau pilih minuman apa tapi pas coba beberapa malah suka banyak karena enak. Karena baha utamanya the mungkin juga jadi salah satu nilai kenimatanya itu menurut saya. Selain itu harganya yang terjangkau bagi mahasiswa, menunya sangat banyak sampai pertama kali disini itu agak bingung mau pilih minuman apa dengan jumlahnya yang puluhan itu, tapi pas coba beberapa malah suka banyak menu ternyata alasannya tentusaja rasanya yah karena enak.

5. Menurut anda aspek apasaja yang perlu di tingkatkan dafa kafe agar dapat lebih unggul?

Jawab:

Parkiran dan bangunanya di tambah keatas saja supaya ada sensasi baru bagi pelanggan.

Nama : Nur Isna

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 23 Tahun

Jabatan : Jurnalis

Responden : 16

1. Barapa banyak kafe yang anda ketahui di kabupaten bulukumba ?

Jawab:

sekitaran sepuluh kafe kalau saya tidak salah, karena belum semuanya saya datangi. Taunya dafa, Natural, Abbana dan A3

2. Mana yang paling sering anda kunjungi?

Jawab:

Kadang ada ajakan ke Abbana Kafe, tapi paling seringnya Dafa Kafe

3. Seberapa sering anda ke Dafa Kafe

Jawab:

3 kali seminggu

4. Menurut anda faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada Dafa Kafe Bulukumba ?

Jawab:

Yang pertama karena tempatnya menurut saya, makanan dan minumannya, harganya serta lokasinya sangat strategis ada di tengah kota Bulukumba apalagi sudah memiliki cabang. Satu-satunya kafe yang memiliki cabang di Bulukumba ialah Dafa kafe, saya merasa kehadiran cabangnya ini berdasarkan kebutuhan para pelangganya yang kadang tidak kebagian tempat duduk. Selain itu ini membuktikan bahwa Dafa Kafe sangat sukses menarik para pelanggan dan ini yang kemudian membuatnya unggul dalam persaingan kafe di kabupaten Bulukumba sendiri. kualitas yang disajikan pada keseluruhan cabang Dafa Kafe juga sama sehingga tidak ada keraguan bagi kami untuk para pelanggan setianya untuk memilih cabang manapun dengan alasan kualitas rasanya

5. Menurut anda aspek apasaja yang perlu di tingkatkan dafa kafe agar dapat lebih unggul?

Jawab

Perluasan lokasi itu hal yang wajib, hari biasa saja terkadang full apalagi malam minggu

Nama : Baso Sura suhendra

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Usia : 20 Tahun

Jabatan : Mahasiswa

Responden : 17

1. Barapa banyak kafe yang anda ketahui di kabupaten bulukumba ?

Jawab:

Ada ena kafe yang saya ketahui yaitu dafa, abbana, wow, kopalisme, sanders dan zebatiq kafe

2. Mana yang paling sering anda kunjungi?

Jawab:

Dafa kafe Bulukumba

3. Seberapa sering anda ke Dafa Kafe

Jawab:

Kadang lima kali dalam seminggu bahkan dalam sehari ada sampai dua kali, tempat rapat nongkrong dan lainnya itu du dafa paling cocok

4. Menurut anda faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada Dafa Kafe Bulukumba ?

Jawab:

Palayanan yang ramah, harga murah, menunya banyak, akses wifi baik, baik dalam smoking are ataupun di area/ruang non smoking jadi memudahkan pelanggan. Tempat asik dan menyenangkan

5. Menurut anda aspek apasaja yang perlu di tingkatkan dafa kafe agar dapat lebih unggul?

Jawab:

Keamanan, soalnya ada beberapa kasus kehilangan helmnya mungkin butuh cctv biar lebih baik dan bisa mengontrol keadaan sekitar

Nama : Mardiansyah Kumar

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Usia : 26 Tahun

Jabatan : MUA

Responden : 18

1. Barapa banyak kafe yang anda ketahui di kabupaten bulukumba ?

Jawab:

Banyak susah dihitung soalnya sekrang kafe dibulukumba sangat menjamur dimana mana

2. Mana yang paling sering anda kunjungi?

Jawab:

Pilihanku hanya Dafa Kafe, kebetulan kami kelompok atau komunitas MUA Bulukumna seringnya disini kalau kumpul bareng

3. Seberapa sering anda ke Dafa Kafe

Jawab:

Setiap malam saya ksini tidak abdol rasanya kalau mau tidur tiak minum greantea dafa kafe bulukumba, pelayanya asik menunya enak suasanya bikin nyaman jadi yapaket komplit kalau menurut saya kafe ini

4. Menurut anda faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada Dafa Kafe Bulukumba ?

Jawab:

Seperti yang saya katakana diatas pelayanan baik, menu banyak, murah meriah, kafanya keren, pakai wifi, pokoknya sangat bersaing utama adalah brand tehnya itu yang utama dan satu satunya di Kabupaten Bulukumba, sejak awal sampai skrang di tahun kesekian kalinya Dafa kafe itu sangat konsisten dengan kualitas minumannya yang untuk menggunakan teh sebagai bahan dasar minumannya, dan itu wajar sesuai brand Dafa Teh sebagai kekuatan utama

5. Menurut anda aspek apasaja yang perlu di tingkatkan dafa kafe agar dapat lebih unggul?

Jawab:

Parkiran dan perluasan lahan kyaknya sangat perlu ditingkatkan. Melihat pengunjung dafa yang padat setiap hari ya wajar jika diperluas

Nama : Randa Putra Aryadi

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Usia : 21 Tahun

Jabatan : Mahasiswa

Responden : 19

1. Barapa banyak kafe yang anda ketahui di kabupaten bulukumba ?

Jawab:

yang saya tau royal, sanders, dafa, wow, blanded dan natural

2. Mana yang paling sering anda kunjungi?

Jawab:

Kadang ke Natural tapi paling intens kesini Dafa Kafe

3. Seberapa sering anda ke Dafa Kafe

Jawab:

Rata rata 3 kali, karena setiap pasti ada ajakan ya ujung-ujungnya ke Dafa

4. Menurut anda faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada Dafa Kafe Bulukumba ?

Jawab:

Tempatnya asik dan nyaman, Sebagai seorang mahasiswa yang hamper setiap hari berhadapan dengan buku dan mata kuliah yang sangat melelahkan, secara manusiawi saya juga butuh hiburan dan penyegaran khususnya mata dan batin saya. Tempat yang paling tepat bagi saya sejak masih pelear sampai jadi mahasiswa ya di Dafa Kafe ini. Tempanya nyaman desainya modern dan kekinian sehingga mampu mengubat suasana hati yang sedang tidak karuan mejadi lebih tenang. Pada itinya setiap saya berada dsini selalu nyaman dengan suasana kafenya. Selain itu juga ada live akustik dan tempatnya strategis tepat di tengah kota Bulukumba

5. Menurut anda aspek apasaja yang perlu di tingkatkan dafa kafe agar dapat lebih unggul?

Jawab:

Nama : Haerani Herman

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 22 Tahun

Jabatan : Pegawai Swasta

Responden : 20

1. Barapa banyak kafe yang anda ketahui di kabupaten bulukumba ?

Jawab:

Ada banyak kalau kafe disini, tapi setahu saya yang paling atau terbilang rame ya ada lima, Dafa, Natural, Abbana, Wow dan Mr Box

2. Mana yang paling sering anda kunjungi?

Jawab:

Sangat sering ke Dafa Kafe

3. Seberapa sering anda ke Dafa Kafe

Jawab:

Kisaran kesini saya adalah 3 sampai 4 kali dalam seminggu

4. Menurut anda faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada Dafa Kafe Bulukumba ?

Jawab:

Letaknya sangat strategis, dekat dari rumah saya dan saya suka ksini sejak masa sma dlu kebetuka sekolah saya hanya berjarak 50 meter dari tempat kerja saya ini. Yang kedua berbicara tentang faktor yang unggul di Dafa Kafe ialah suasana kafanya yang bikin nyaman untuk berlama-lama, kami kan orang kantoran ya, disibukkan dengan berbagai kegiatan kantor yang kadang banyak kadang juga sedikit. Nah kebetulan sekali kantor saya

dekat dari Dafa Kafe maka sangat cocok jadi pilihan waktu istirahat.  
Pokonya sampai sini fikiran langsung segar dengan suasana yang nyaman

5. Menurut anda aspek apasaja yang perlu di tingkatkan dafa kafe agar dapat lebih unggul?

Jawab:

Lahar parker, wifi dan bangunanya harus diperbesar lagi itu wajib seperti nya



## Wawancara Pemiik Dafa Kafe

### PEDOMAN WAWANCARA

#### Analisis Faktor-Faktor Keunggulan Bersaing Pada Dafa Kafe Bulukumba

Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui sejarah dan perkembangan usaha Dafa Kafe.

Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Daftar Pertanyaan:

Pertanyaan:

11. Sejak Kapan usaha ini rintis ?
12. Sejarah singkat Dafa Kafe ?
13. Mengapa mau membuka usaha Kafe pada waktu itu ?
14. Terkait penamaan, bisa dijelaskan sedikit filosofi kata Dafa Kafe !
15. Setiap usaha pasti memiliki Visi dan Misi tersendiri, untuk Dafa kafe apa saja yang menjadi Visi dan Misinya ?
16. Sering manjadi sponsorhip pada setiap kegiatan, mengapa kemudian mau melakukan hal tersebut, melihat Kafe lain jarang melakukan kegiatan yang sama, berikan pendapat anda !
17. Bagaimana tanggapan anda terkait pendapat orang yang menyatakan bahwa Dafa Kafe adalah *Market Leader* ?
18. Satu hal yang menarik menurut saya. Dafa Kafe punya Tagline sendiri yaitu 101% Nongkrong asyik
19. Sukses dengan usaha anda, kenapa kemudian sampai berfikir untuk membuka cabang pada dua lokasi berbeda
20. Berapa jumlah pegawai dafa kafe saat ini?
21. Bagaimana anda menanggapi keluhan para pelanggan ?
22. Harapan anda kedepan terkait pengembangan usaha Dafa Kafe

## Hasil wawancara

### Lembar wawancara

Nama : Muh. Rezky Sasmito

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Usia : 27 Tahun

Jabatan : Pengusaha Muda

1. Sejak Kapan usaha ini rintis ?

Jabab :

Pertama memulai usaha ini pada tahun 2013, dan sekarang memasuki usia ke lima tahun kami merintis usaha tersebut

2. Sejarah singkat Dafa Kafe ?

Jawab :

Tahun 2013, waktu itu saya mengingat suatu kejadian yang saya anggap ini adalah pembuka dan awal keberhasilan dafa pertama kalinya. Pada suatu hari seorang pelajar dari sman 8 model bulukumba saat itu membeli produk kami dan membawanya masuk ke sekolahnya, sampai pada akhirnya beberapa rekannya menanyakan bagaimana dan dimana dirinya memperoleh minuman itu. Saat itulah dia merekomendasikan produk teh poci ini hingga mereka berbondong-bondong ke kedai kami. Selang setahun kami memberanikan diri untuk membuat Kafe kecil kecilan dengan konsep *Take A Way* di tahun 2014. Namun waktu menentang kami bahwa kemudian harus menerapkan konsep *Dine In* hingga akhirnya keduanyalah yang kami terapkan sampai saat ini

3. Mengapa mau mebuca usaha Kafe pada wakru itu ?

Jawab :

Memilih usaha ini sebenarnya dari hoby saya yang suka minum dan nogkrong juga melihat kondisi saat itu kafe yang masih sangat minim bahkan mungkin belum ada sama sekali seingat saya. Meskipun awalnya tidak langsung berwujud kafe yang besar sama seperti kondisi sekarang

namun karena tuntutan dan keadaan yang membawa kami sampai ke titik in.

4. Terkait penamaan, bisa dijelaskan sedikit filosofi kata Dafa Kafe !

Jawab :

Simple saja nama ini sebenarnya diambil dari nama nak saya, Muhammad Dafa. Maka saya ambil kata dafa sebagai brand lokal saya sendiri agar punya nama di orang-orang dan tidak lagi mengambil nama Teh Poci.

5. Setiap usaha pasti memiliki Visi dan Misi tersendiri, untuk Dafa kafe apa saja yang menjadi Visi dan Misinya ?

Jawab :

VISI

Menjadi pelaku usaha yang mampu merekrut tenaga kerja berdaya saing dan memiliki SDM yang unggul

MISI

3. Mengangkat brand lokal dafa kafe Bulukumba go Nasional.
4. Mengadakan CSR agar masyarakat lebih mengetahui dan mengenal Dafa Kafe serta sebagai wujud hubungan timbal balik.
6. Sering menjadi sponsorship pada setiap kegiatan, mengapa kemudian mau melakukan hal tersebut, melihat Kafe lain jarang melakukan kegiatan yang sama, berikan pendapat anda !

Jawab :

Ada 2 hal yang membuat saya melakukan hal tersebut

1) Citra Perusahaan

Sebagai seorang pelaku usaha tentunya produk saya sudah harus memiliki *positioning* yang jelas kepada para pelanggan mereka. Dari sinilah kemudahan melalui *Positioning* akan dapat menentukan produk atau jasa yang kita tawarkan menyasar pasar secara besar atau tidak. Selaian itu dengan adanya *Positioning* suatu produk akan meningkatkan citra atas produk dan jasa yang mereka lempar kepada pasar

2) Mengakrabkan Brand Kepada Masyarakat

Tantangan terbesar yang cukup sulit untuk dipatahkan ialah bagaimana masyarakat bisa akrab dengan brand yang kita miliki. Tidak hanya akrab

bahkan kami berupaya kedepan bagaimana brand Dafa ini akan melekat dan menjadi pilihan pertama bagi mereka yang ingin nongkrong asik.

Kemudian muncul dibenak saya pada waktu itu ialah seberapa besar harapan tersebut bisa tercapai? Pada dasarnya produk yang lebih melekat di benak para pelanggan secara perlahan akan mendapatkan posisi yang lebih banyak oleh pelanggan pulat. Olehnya, pelanggan akan cenderung memilih produk yang sering mereka dengar dan lihat dibandingkan memilih produk yang baru muncul kedepannya.

7. Bagaimana tanggapan anda terkait pendapat orang yang menyatakan bahwa Dafa Kafe adalah *Market Leader* ?

Jawab :

Ya simple saja kami bertrimakasih, itukan tanggapan orang jadi ya kami bangga. Kecuali kami yang berkoar dan mengatakan demikian maka hal itu yang salah. Sekali lagi kami senang dengan pernyataan tersebut.

8. Satu hal yang menarik menurut saya. Dafa Kafe punya Tagline sendiri yaitu 101% Nongkrong asyik

Jawab :

Tagline ini kami buat dengan tujuan tertentu, munculnya angka 1 pada 101% nongkrong asik pada tagline kami sebagai wujud harapan bahwa kami akan berusaha untuk selalu berbuat lebih dan akan terus membuat inovasi sesuai kebutuhan konsumen setia Dafa Kafe Bulukumba

9. Sukses dengan usaha anda, kenapa kemudian sampai berfikir untuk membuka cabang pada dua lokasi berbeda

Jawab :

Membuka ini juga bagian dari tuntutan pelanggan kami bahkan alhamdulillah kami selalu kewalahan setiap malam kamis dan malam minggu. Dibukanya cabang itu untuk menampung pelanggan kami yang tidak mendapatkan tempat di kafe induk ini

10. Berapa jumlah pegawai dafa kafe saat ini dan apa saja yang menjadi penilaian tersendiri ketika ingin merekrut tenaga kerja?

Jawab :

Dafa Kafe memiliki sebanyak 19 tenaga kerja dengan rincian 12 laki-laki dan 7 perempuan yang masing-masing bertugas sebagai pelayan, kasir, peracik, penjaga gudang, barista dan chef. Untuk penerimaan karyawan kami pilih berdasarkan hasil seleksi berkas dan serangkaian persyaratan lain adalah mengutamakan asas profesionalitas kerja mereka selama bekerja di tempat ini kami senantiasa berupaya untuk komitmen membangun kepercayaan konsumen melalui kinerja. Secara pribadi saya tidak pernah membedakan sikap dan perlakuan saya kepada karyawan saya untuk menjadi cerminan mereka saat melayani konsumen. Penerapan untuk beribadah juga saya lakukan dengan tujuan bahwa apapun yang kita kerjakan dengan hasil memuaskan semua datangnya dari sang pencipta

11. Bagaimana anda menanggapi keluhan para pelanggan ?

Jawab :

Setiap keluhan pelanggan adalah saran yang sangat luar biasa bagi kami, setiap saran yang masuk kami tamping dan sedikit xemi sedikit kami selesaikan jika hal tersebut dalam bentuk tuntutan fasilitas yang ada di Kafe ini. Selain itu keluhan mereka juga yang nantinya akan tetap mempertahankan kualitas kami, dengan adanya keluran maka secara otomatis kami akan melakukan pembenahan secara terus menerus.

12. Harapan anda kedepan terkait pengembangan usaha Dafa Kafe ?

Jawab :

Kedepan kami menginginkan bahwa Dafa bisa semakin berbenah, bagaimana Dafa Kafe mampu menampung konsumen atau pelanggan dalam jumlah yang lebih banyak, nantinya kami telah merencanakan dafa ini menjadi tempat tidak hanya sebagai tempat nongkrong asik. Akan ada perubahan secara besar-besaran baik itu sarana dan prasarana maupun kelengkapan lain dengan pembesaran lokasi dilengkapi *meeting room* baik *out door* maupun *in door*.”

## **Wawancara Pesaing Dafa Kafe**

### **PEDOMAN WAWANCARA**

#### **Analisis Faktor-Faktor Keunggulan Bersaing Pada Dafa Kafe Bulukumba**

Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana tanggapan para pemilik Kafe Pesaing terhadap faktor-faktor keunggulan bersaing Dafa Kafe dimata Konsumennya.

#### Identitas Responden

Nama :  
Jenis Kelamin :  
Usia :  
Nama Kafe :  
Daftar Pertanyaan:

#### Pertanyaan:

23. Barapa banyak kafe yang anda ketahui di kabupaten bulukumba ?
24. Bagaimana anggapan anda jika Dafa Kafe dikatakan sebagai Kafe yang paling unggul di Kab.Bulukumba ?
25. Dari penelitian yang telah saya laksanakan, ada 10 faktor keunggulan bersaing Dafa Kafe menurut para konsumen, diantaranya. Harga, Brand dan Cita Rasa, Varian Menu, Pelayanan, Desain Kafe, Live Musik, Sponsorship, Memiliki Cabang, Kompensasi Karyawan dan Promosi Sosial Media. Bagaimana menurut Anda ?

### **Hasil wawancara**

#### **Lembar wawancara**

#### Identitas Responden

Nama : Nurfitriyanti  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Usia : 28 Tahun  
Nama Kafe : Labissa Kafe

Daftar Pertanyaan:

Pertanyaan:

1. Barapa banyak kafe yang anda ketahui di kabupaten bulukumba ?

Jawab :

Saat ini Bulukumba tergolong kabupaten yang sangat banyak untuk jumlah kafanya, dan saya secara pribadi tidak mengetahui berapa jumlah pastinya. Namun, jika di perkirakan jumlahnya kisaran 20an Kafe

2. Bagaimana anggapan anda jika Dafa Kafe dikatakan sebagai Kafe yang paling unggul di Kab.Bulukumba ?

Jawab :

Terkait hal tersebut ya saya mengakui jelas. Bahwasanya Dafa Kafe bisa dikatakan sebagai pembuka munculnya kafe dibulukumba dan jika dikatakan unggul sudah jelas Dafa sangat bisa dikatakan demikian dalam pandangan saya.

3. Dari penelitian yang telah saya laksanakan, ada 10 faktor keunggulan bersaing Dafa Kafe menurut para konsumen, diantaranya. Harga, Brand dan Cita Rasa, Varian Menu, Pelayanan, Desain Kafe, Live Musik, Sponsorship, Memiliki Cabang, Kompensasi Karyawan dan Promosi Sosial Media. Bagaimana menurut Anda ?

Jawab :

Sepuluh faktor menurut para konsumen setianya dan urutan pertama adalah harga, jika melihat perbandingan harga dari beberapa kafe yang ada dibulukumba memang secara rata-rata harga penawaran yang diberikan oleh Dafa Kafe cukup relarif terjangkau. Namun, harus digaris bawah bahwa tidak semua harga yang ditawarkan itu ada di bawah kafe lain. Sebenarnya untuk penentuan harga kembali ke beberapa pertimbangan sang pemilik. Untuk hal lain seperti menu juga jelas Dafa kafe punya brand sendiri dan itu merupakan sebuah kekuatan besar yang tidak dimiliki Kafe lain secara bahan dasar dan pengemasan. Selanjutnya pelayanan juga memang Dafa adalah kafe yang karyawanya terbilang paling banyak

diantara kami para pesaingnya, juga memiliki cabang itu hanya Dafa Kafe sampai saat ini di Kab,Bulukumba untuk faktor lain saya merasa setuju dan secara umum kami juga menerapkan demikian meskipun ada perbedaan didalamnya.

#### Identitas Responden

Nama : Muhammad Anugrah Pratama  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Usia : 31 Tahun  
Nama Kafe : Natural Kafe  
Daftar Pertanyaan:

#### Pertanyaan:

1. Berapa banyak kafe yang anda ketahui di kabupaten bulukumba ?

Jawab :

Kafe di bulukumba ada natural, Royal, Kopialisme, A3, Dafa, Abbana, Wow, Mr.Box dan masih banyak lagi yang lain namanya agak lupa juga kebetulan

2. Bagaimana anggapan anda jika Dafa Kafe dikatakan sebagai Kafe yang paling unggul di Kab.Bulukumba ?

Jawab :

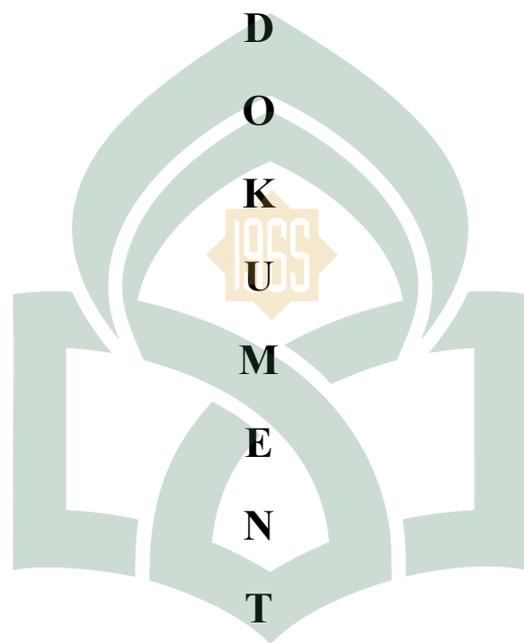
Dafa Kafe paling unggul iya sangat sependapat. Secara usia dia lebih dahulu bahkan beda kisaran tahun, berbeda dengan kafe yang saya rintis ini itu jarak munculnya dengan kafe lain hanya kisaran bulan saja. Secara fasilitas dan jumlah pelanggan juga Dafa Sangat memadai sehingga tidak salah jika muncul argument demikian

3. Dari penelitian yang telah saya laksanakan, ada 10 faktor keunggulan bersaing Dafa Kafe menurut para konsumen, diantaranya. Harga, Brand dan Cita Rasa, Varian Menu, Pelayanan, Desain Kafe, Live Musik, Sponsorship, Memiliki Cabang, Kompensasi Karyawan dan Promosi Sosial Media. Bagaimana menurut Anda ?

Jawab :

Berbicara mengenai faktornya, setiap kafe tentulah memiliki faktor masing-masing baik secara internal maupun faktor lain sebagai penunjang kafe mereka. Tapi kembali menanggapi pertanyaan bahwa menurut konsumen setia dafa ada 10 itu benar dan sah saja. Seperti harga dan pelayanan itu memang harus di akui, saya juga pernah menjadi konsumen Dafa Kafe dan yang saya rasakan sama. Yang paling unik adalah dafa itu punya cabang pembantu karena hamper setiap malam kams dan mingg itu dafa induk selalu kelebihan konsumen hingga kekurangan tempat duduk. Sponsorship juga memang Dafa aktif dalam hal tersebut dengan event yang berbeda beda pula tentunya. Apalagi ya, live musiknnya juga bagus sosial media Dafa juga sangat aktif, tidak hanya merepost foto akun pelanggan juga bahkan setiap kegiatan dan promo yang ditawarkan sangat cepat untuk disebarakan melalui akun sosial medianya. Ya saya rasa demikian, secara keseluruhan memang Dafa Kafe Unggul.





UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
**ALAUDDIN**  
M A K A S S A R





UNIVERSITAS ISLAM NEGERI





UNIVERSITAS ISLAM NEGERI



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Sulkipri, lahir di Provinsi Sulawesi Selatan Kabupaten Bulukumba Kecamatan Ujungbulu pada tanggal 25 Mei 1995 merupakan anak pertama dari empat bersaudara. Penulis lahir dari pasangan suami istri bapak Muatari dan Ibu Nursiah. Perjalanan pendidikannya diawali di SD Negeri 3 Kasimpureng pada tahun 2002. Pada tahun 2008 penulis melanjutkan pendidikan di SMPS PGRI Bulukumba dan tamat pada tahun 2011. Selanjutnya pada tahun yang sama pula penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 7 Bulukumba, Kabupaten Bulukumba, Provinsi Sulawesi Selatan dan tamat pada tahun 2014. Tahun 2014 penulis pindah ke kota Makassar, Melalui Jalur SPAN-PTAIN Penerimaan Mahasiswa Baru Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (UINAM) pada tahun 2014, penulis berhasil lolos dan terdaftar sebagai Mahasiswa Jurusan Manajemen di bawah naungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Selain aktif sebagai mahasiswa selama mengemang pendidikan di UIN Alauddin Makassar, Penulis juga aktif mengikuti berbagai kompetisi Akademik dan Non-Akademik. Aktif pada beberapa organisasi kepemudaan juga digelutinya selama ini salah satunya adalah mengetuai Asosiasi Duta Wisata Indonesia Sulawesi Selatan.