

BAB I

.PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Yogyakarta merupakan salah satu kota yang memiliki Industri Café yang kompetitif, karena reputasi kota ini sebagai salah satu pusat gastronomi dan kreatif Indonesia sangatlah luar biasa. Beberapa pelaku usaha kafe berbondong-bondong ke Yogyakarta hanya untuk bersaing melalui bisnis cafe. Sehingga, Yogyakarta memiliki banyak pilihan kafe dan masing-masing hadir dengan fitur dan tema yang unik. Ada kedai kopi dengan tema retro, minimalis, natural, kreatif, dan lainnya. Persaingan yang ada saat ini merupakan upaya menarik pelanggan dengan menciptakan lingkungan yang khas dan memikat.

Pertumbuhan pesat jumlah kafe dan kedai kopi dalam beberapa tahun terakhir telah meningkatkan daya saing pasar yang ekstrem. Untuk menarik konsumen dan mempertahankan pangsa pasar, sangat penting bagi pemilik perusahaan kafe untuk menemukan strategi untuk memisahkan diri dari persaingan. Melalui diferensiasi, sebuah perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetisi atas para pesaingnya dengan menyediakan sesuatu yang istimewa dan berharga yang tidak bisnis lain miliki.

Desain luar dan interior kafe memainkan peran besar dalam persaingan. Kafe-kafe Yogyakarta berusaha untuk menciptakan suasana yang mengundang, menarik, dan instagrammable. Pelanggan tertarik pada desain yang menarik dan Instagram-friendly, oleh karena itu ada persaingan ketat di area ini. Pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional akan memenangkan persaingan. Kafe-kafe di Yogyakarta berupaya untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan kepada pengunjung, mulai dari keramahan karyawan hingga kecepatan pelayanan.

Inovasi layanan seperti platform pemesanan online atau melalui aplikasi juga dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi bisnis. Sangat penting dalam pasar yang kompetitif bagi kafe untuk mengembangkan merek yang kuat dan khas. Kualitas makanan, kopi, dan minuman lainnya merupakan elemen penting dalam kompetisi, kafe-kafe di Yogyakarta bersaing untuk menghadirkan kopi terbaik, biji berkualitas, dan teknik penyeduhan yang khas.

Kafe-kafe di Yogyakarta berupaya membangun identitas yang khas melalui penggunaan logo, nama, atau citra merek yang dapat dikenali. Strategi untuk meningkatkan pangsa pasar meliputi pemasaran media sosial, bekerja sama dengan influencer regional, dan terlibat dalam acara promosi. Kafe-kafe di Yogyakarta bekerja keras untuk tetap inovatif dan memberikan sesuatu yang istimewa untuk membedakan diri dari pesaing.

Hal ini dapat memerlukan penyajian makanan dan minuman dengan cara yang inventif, mengintegrasikan teknologi ke dalam pengalaman konsumen, atau bahkan menyelenggarakan acara atau kolaborasi yang menarik. Serta dengan persaingan yang sangat kompetitif, memotivasi perusahaan dan pelaku bisnis untuk terus berinovasi, meningkatkan standar, dan menawarkan pengalaman unik kepada klien. Hasilnya, pelanggan memiliki akses ke berbagai pilihan kafe yang menarik dan menarik.

Salah satu diantaranya adalah Bento Kopi, dalam hal mengatasi persaingan yang cukup ketat ini Bento Kopi membuat inovasi berupa hiburan Live Music yang di tujukan membuat membuat pengalaman yang berbeda bagi para pelanggannya, tentu saja banyak maksud dan tujuan Bento Kopi membuat inovasi hiburan Live Music tersebut, namun tujuan utamanya adalah diferensiasi selain di sektor harga yang membuat daya tarik dan minat pelanggan sesuai dengan pangsa pasar yang ditargetkan

Ketika membahas penggunaan live music di Bento Kopi, diferensiasi mengacu pada taktik untuk membedakan Bento Kopi dari pesaing dengan memberikan pengalaman yang berbeda melalui pertunjukan musik secara langsung. Melalui diferensiasi ini diharapkan Bento Kopi dapat memperoleh keunggulan kompetitif atas para pesaingnya dengan memberikan sesuatu yang unik atau nilai ekstra yang tidak café lain miliki. Dalam hal ini, menggunakan live music sebagai pembeda berarti menyertakan musik live dalam pengalaman pelanggan di Bento Kopi.

Pertunjukan live music Bento Kopi menyajikan lingkungan yang unik dan menarik. Pelanggan dapat memiliki pengalaman yang istimewa dan menyenangkan berkat live music, antusiasme para musisi, dan hubungan mereka dengan penonton. Dengan adanya live music ini diharapkan memberikan suasana kegembiraan bagi para pelanggan. Sehingga pelanggan dapat menikmati minuman atau makanan sembari mendengarkan live music. Hal ini diharapkan memberikan nilai tambah yang menarik dan dapat meningkatkan kebahagiaan pelanggan.

Pelanggan dari berbagai usia, kecenderungan musik, dan latar belakang sosial ekonomi diharapkan tertarik dengan live music yang disajikan. Sehingga market yang lebih besar dapat dijangkau oleh berbagai genre music yang dimainkan, yang dapat membantu Bento Kopi menarik dan mempertahankan pelanggan yang memiliki beragam preferensi musik. Menjadi tuan rumah pertunjukan musik live dapat membantu Bento Kopi mengembangkan karakter dan reputasi yang khas sebagai lokasi yang memberikan pengalaman musik yang luar biasa. Dengan melakukan ini, Pengunjung dapat membedakan Bento Kopi dari pesaing dan menarik pengunjung yang mencari pengalaman baru.

Live Music menjadi salah satu hiburan yang dianggap mampu memberikan kenyamanan pengunjung, hiburan ini melibatkan Musisi dalam kegiatannya. Hiburan ini pula dianggap cocok dengan konsep usaha yang memiliki value berupa kenyamanan baik tempat ataupun suasana, hampir setiap orang pula pastinya menyukai musik dan pernah mendengarkan music. Dalam kegiatannya pemilik tempat usaha akan membekal sistem yang berbeda pula dengan para musisi yang mereka kontrak, dalam sistem pembayaran beberapa menggunakan sistem *fee*, sebagian lagi ada yang menerapkan sistem saweran apabila omset dan jumlah pelanggan mereka cukup tinggi, tergantung kesepakatan di awal antara pemilik usaha dan Musisi itu sendiri.¹

Jenis Live Music pula beragam, ada yang menggunakan jenis akustik, ada pula yang menggunakan jenis band, semuanya bisa disesuaikan oleh kemampuan dan keinginan pemilik usaha. Dalam upaya mengadakan sebuah hiburan Live Music pemilik tempat biasanya menyediakan alat teknis yang di butuhkan dan juga menyediakan konsumsi bagi Musisi yang mengisi sesi Live Music tersebut, sehingga musisi yang di kontrak hanya cukup membawa alat musik pribadi yang menjadi penunjang aksi panggung mereka.

Pada saat ini hiburan tidak hanya dibutuhkan oleh individu dalam upaya mengobati kebosanan yang terjadi di sela hiruk pikuk aktivitas sehari-hari, melainkan hiburan juga sudah menjadi strategi dalam dunia bisnis untuk menjaga kenyamanan setiap konsumen yang ada. Melihat kebutuhan setiap orang akan hiburan itu lah yang menjadikannya sebuah terobosan baru dalam dunia bisnis, terkhusus bisnis yang memiliki sebuah value kenyamanan tempat dan

¹ Wawancara dengan Manager Event Bento Kopi

kenyamanan suasana. Pada model bisnis tersebut hiburan merupakan peran penting untuk menjaga setiap konsumennya merasa nyaman, dengan rasa nyaman tersebutlah yang menjadi tolak ukur kepuasan pelanggan dalam memberi umpan balik yang positif pula.

Pada kali ini penulis berkesempatan menganalisis resepsi para pelanggan pada hiburan Live Music di Bento Kopi Yogyakarta, perusahaan yang berdiri dari tahun 2016 dan bergerak di bidang F&B dalam bentuk café. Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana resepsi pelanggan yang didominasi dengan pelajar dan mahasiswa ini merespon hiburan live music yang sudah di adakan sejak tahun 2018. Bento Kopi merupakan anak perusahaan Bento Group ini menjadi cafe yang mengarahkan target pasar menengah ke bawah. Pada outletnya memiliki lebih dari 30 pilihan makanan beserta minuman dengan harga yang yang bisa dijangkau oleh banyak orang terkhusus mahasiswa dan pelajar, serta memberikan pelayanan yang ramah dan higienis.

Mengingat posisi bisnis Bento Kopi yang menasar Pelajar dan Mahasiswa, Bento Kopi memberikan harga mulai dari Rp. 5000, serta menyediakan aksesibilitas berupa outlet-outlet yang tersebar di wilayah kota Yogyakarta sehingga dapat dengan mudah dijangkau oleh pelajar dan mahasiswa yang ada di penjuru kota, dengan demikian Bento Kopi dapat dengan maksimal memperoleh hasil ditunjang oleh pemasaran yang dilakukan. Pemasaran yang dilakukan Bento Kopi pun sangat kekinian, media sosial menjadi tempat pemasarannya, karena kalangan mahasiswa banyak menggunakan media sosial dan mereka mengerti dimana target market mereka berkumpul.²

Promosi yang dilakukan antara lain melalui platform yang lagi ramai di gunakan seperti halnya Tik Tok, dan juga instagram, serta beberapa media online yang ada di jogja. Tentu saja dengan memahami di mana target market mereka berkumpul mereka akan mendapatkan pelanggan secara organik dan loyal baik dari luar daerah ataupun dari kota Yogyakarta itu sendiri. Bento kopi dikenal sebagian besar mahasiswa dan pelajar yang ada di Yogyakarta, tidak heran jika Bento Kopi selalu ramai dan menjadi tempat favorit untuk nongkrong ataupun untuk mengerjakan tugas ataupun pekerjaan.

² Wawancara dengan supervisor Bento Kopi

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dari skripsi yang ditulis ialah seperti berikut :

- a. Bagaimanakah penerimaan pelanggan pada hiburan live music di Bento Kopi Yogyakarta

1.3 Tujuan.Penelitian

Secara menyeluruh penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui resepsi pelanggan pada hiburan live music di Bento Kopi Yogyakarta

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah bukti empiris tentang judul Analisis Resepsi Pelanggan Pada Hiburan Live Music di Bento Kopi Yogyakarta. Tak hanya itu, harapannya penelitian ini juga bisa menjadi bahan pertimbangan bagi management Bento Kopi dalam melakukan evaluasi guna meningkatkan pelayanan kepada konsumen.

2. Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai kebulatan studi program strata satu (S1) jurusan ilmu komunikasi konsentrasi Public Relation di Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta

3. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang mengangkat tema yang sama namun dengan sudut pandang yang berbeda

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Pendekatan konstruktif, naturalistik, atau interpretatif (constructivist, naturalistic, or interpretative approach) bersama dengan perspektif postmodern adalah nama lain dari paradigma kualitatif. Paradigma kualitatif adalah jenis paradigma penelitian yang menekankan pada pemahaman masalah sosial dalam konteks lingkungan alam atau asli yang komprehensif, rumit, dan menyeluruh. Salah satu contoh penelitian yang menggunakan paradigma kualitatif adalah penelitian induktif, yang bertujuan menyiapkan bangunan teori atau hipotesis melalui pengungkapan data.³

1.5.2 Metode Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, pada beberapa outlet Bento Kopi. Objek penelitian ini adalah Resepsi Pelanggan Pada Hiburan Live Musik di Bento Kopi Yogyakarta. Menurut Bogdan dan Taylor, proses penelitian kualitatif adalah penelitian yang memanfaatkan data deskriptif berupa pernyataan yang bersifat verbal ataupun tertulis yang dibuat oleh individu maupun perilaku yang diamati. Penelitian yang menggunakan metode kualitatif menunjukkan teknik evaluasi yang menghasilkan informasi deskriptif dari kata-kata tertulis atau lisan orang dan perilaku yang diamati. Dalam hal ini, peneliti menganalisis dan menjelaskan data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan rekaman untuk menemukan solusi masalah yang komprehensif dan mudah dipahami.⁴

Sedangkan studi kasus, yaitu studi yang mempelajari suatu masalah dengan kendala tertentu, memiliki pengumpulan data yang mendalam, dan melibatkan berbagai sumber informasi seperti wawancara dan dokumentasi, digunakan dalam penelitian semacam ini. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal contoh yang diteliti, yang dapat berupa program, peristiwa, kegiatan,

³ Moh. Sidik P., Saludin Muis, Metode Penelitian Ekonomi & Bisnis, (Graha Ilmu, Yogyakarta, 2009), hal. 3

⁴ Moleong, Lexy J., Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi revisi, (Remaja Rosdakarya, Bandung, 2009), hal. 5

atau orang.⁵ Penelitian ini membatasi ruang lingkup agar tidak terlalu luas, untuk itu hanya membahas resepsi pelanggan pada hiburan Live Music di Bento Kopi Yogyakarta.

Suharsimi Arikunto juga menjelaskan bahwa penelitian yang bersifat deskriptif akan menjelaskan atau mencoba menjelaskan kejadian-kejadian untuk mengetahui status sesuatu yang berhubungan apa dan bagaimana, berapa banyak, sampai sejauh mana, dan lain sebagainya.⁶ Dari dimana penelitian dilakukan, penelitian lapangan adalah penelitian ini. Surya Subrata mengklaim bahwa tujuan dari penelitian lapangan ialah “mempelajari secara intensif latar belakang, keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit sosial individu, kelompok, lembaga atau masyarakat”.⁷

Bogdan dan Taylor mendefinisikan, teknik penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif dalam bentuk pernyataan verbal, tertulis, atau lisan yang dibuat oleh individu dan perilaku yang dapat dipamerkan. Dalam hal ini, peneliti dan surveyor mengamati perilaku pelanggan sebagai bagian dari riset pemasaran di berbagai sektor dan bisnis untuk secara tepat mengkarakterisasi sifat dan perilaku individu dan menuliskannya.⁸

1.5.3 Subjek Penelitian

Subjek Penelitian yang peneliti pilih adalah pelanggan loyal Bento Kopi yang peneliti temui di Bento Kopi outlet Maguwoharjo dengan jumlah 20 orang informan yang terbagi menjadi beberapa bagian sesuai karakteristik pekerjaan dan juga karakteristik berdasarkan jenis kelamin. Adapun pekerjaan terbagi menjadi 2 yaitu Pelajar dan Mahasiswa, sedangkan Jenis Kelamin terbagi 2 yaitu laki-laki dan perempuan.

Pelanggan yang dimaksudkan disini merupakan orang-orang yang memiliki loyalitas transaksi di Bento Kopi yang ditandai dengan kartu keanggotaan

⁵ S. Nasution. Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif. (Bandung: Tarsito. 2003) hal. 27

⁶ Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek (Jakarta: Rineka Cipta,2008), hal. 30

⁷ Sumadi Suryabrata, Metodologi Penelitian, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998), hal. 22

⁸ Moleong, Lexy J., Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi revisi, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2009, hal. 3

ataupun membership, dalam hal ini keistimewaan yang mereka dapatkan adalah diskon ataupun potongan harga untuk beberapa varian menu dan juga mendapatkan keistimewaan berupa produk gratis di periode pembelian tertentu yang diberlakukan oleh Bento Kopi

Dalam upaya memperoleh data yang konkrit, dalam penelitian ini melibatkan Miftah sebagai Supervisor Bento Kopi yang mengetahui kondisi operasional di lokasi penelitian, dan juga melibatkan Daniyal Aliyafi selaku Manager Event yang memiliki tugas dan tanggung jawab dalam mengelola Live Music dan juga perihal kerjasama dengan berbagai pihak yang berkaitan tentang suatu acara yang diselenggarakan Bento Kopi. Dengan demikian pihak-pihak tersebut memiliki peran penting dalam keberlangsungan penelitian ini.

Sumber subjek dari mana data dapat dikumpulkan adalah sumber data penelitian. Informan adalah sumber data ketika menggunakan teknik wawancara untuk mendapatkan informasi. Benda, gerak, atau proses adalah sumber data saat mengumpulkan data melalui observasi. Saat mengumpulkan data melalui penggunaan kertas, catatan dan dokumen berfungsi sebagai sumber data.⁹

Suharsimi Arikunto menegaskan bahwa ada dua kategori sumber data yang digunakan dalam penelitian yaitu data primer dan data sekunder. Data primer, yang dalam hal ini merujuk pada subjek penelitian (informan) dengan memperhatikan variabel yang diteliti, dapat berupa kata-kata yang diucapkan, gerak tubuh yang dilakukan oleh partisipan, atau keduanya. Data yang berasal dari dokumen visual (tabel, catatan, notulensi, dan lain sebagainya.), gambar, film, rekaman, atau video yang dapat menyempurnakan data primer disebut sebagai data sekunder.¹⁰

⁹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal. 232

¹⁰ Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Jakarta: Rineka Cipta. 2013), hal 22

1.6 Jenis Data

1. Data Primer

Menurut Hasan, data primer adalah informasi yang dikumpulkan atau diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti atau pihak yang memerlukannya. Secara khusus, sumber informan, atau orang, mungkin memberikan data primer sebagai konsekuensi dari wawancara yang dilakukan peneliti.¹¹ Data primer ini adalah sebagai berikut:

- Notulensi wawancara.
- Temuan observasi
- Semua data informan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah digunakan untuk penelitian.¹² Data tersebut digunakan untuk mendukung informasi utama yang dikumpulkan melalui buku, artikel, penelitian terdahulu, sumber pustaka, dan sumber lainnya.

Pada penelitian ini jenis datanya adalah data primer, karena melalui hasil wawancara yang dilakukan pada salah satu outlet Bento Kopi dan melakukan observasi lapangan guna mengetahui keadaan tempat dan juga subjek, serta melalui pencarian data informan pula guna memastikan bahwa valid atau tidaknya subjek merupakan informan yang dibutuhkan.

1.7 Teknik Pengambilan Data

Proses pengumpulan data yang sistematis dan standar disebut pengumpulan data. Peneliti tidak akan memperoleh data yang sesuai dengan kriteria data yang telah

¹¹ M. Hasan Iqbal, Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya (Jakarta: Ghalia Indonesia. 2002), hal 82

¹² M. Hasan Iqbal, Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya (Jakarta: Ghalia Indonesia. 2002), hal 58

ditentukan jika mereka tidak mengumpulkan data. Peneliti mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.¹³ Pendekatan pengumpulan data yang digunakan untuk mendefinisikan dan mengatasi masalah yang sedang diperiksa adalah:

a. Observasi Partisipan

Observasi partisipan adalah strategi pengumpulan data yang melibatkan pengamatan terhadap target sembari mencatat keadaan atau aktivitasnya.¹⁴ Pengamatan partisipan adalah strategi untuk berpartisipasi dalam pengumpulan informasi yang melibatkan perhatian yang cermat terhadap apa yang dilakukan orang lain, mendengar hal-hal yang mereka katakan, dan terlibat dalam aktivitas mereka.¹⁵

Aspek/kategori studi yang ditetapkan oleh peneliti diselidiki melalui observasi partisipan, memerlukan proses implementasi berbagai tahap. Seperti yang dikemukakan oleh James Spradley, khususnya: observasi deskriptif untuk memastikan gambaran yang luas, observasi terfokus untuk menetapkan kelas, kemudian observasi selektif untuk memastikan variasi antar kategori.¹⁶

Untuk mempelajari, menyelidiki, dan mengkarakterisasi kondisi lokasi penelitian dan subjek penelitian, peneliti menggunakan pendekatan observasi ini dengan mendatangi langsung outlet Bento Kopi Maguwoharjo.

b. Wawancara Mendalam

Percakapan yang memiliki tujuan tertentu disebut wawancara. Dua orang melakukan percakapan: pewawancara (interviewer), yang mengajukan pertanyaan. Dan yang diwawancarai (interviewee), yang menjawabnya.¹⁷ Dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan, wawancara mendalam merupakan suatu

¹³ Ahmad Tanzeh dan Suyitno, *Dasar-dasar Penelitian*, (Surabaya: eLKAF, 2006), hal. 30

¹⁴ Abdurrahmat Fathoni. *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), hal. 104

¹⁵ Djam'an Satori dan Aan Komanah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 117

¹⁶ James P. Spradley, *Participant Observation*, (New York: Holt, Rinehat and Winston), hal 117

¹⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2006), hal 186

metode pengumpulan data dari sumber langsung untuk mendapatkan data/informasi yang komprehensif dan dapat dipahami dari para informan.¹⁸

Dialog yang disebutkan dalam wawancara mendalam yang dilakukan peneliti dengan wawancara informan kunci adalah pembicaraan mendalam untuk menyelidiki sensasi dan interpretasi aktual dari peristiwa tersebut, bukan sekadar menjawab pertanyaan dan menguji teori-teori yang muncul di benak atau angan-angan.

Wawancara terstruktur adalah teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini. Lexi J. Moleong mendefinisikan wawancara terstruktur sebagai wawancara di mana pewawancara mengembangkan kesulitan dan pertanyaannya sendiri. Jenis wawancara ini adalah salah satu yang digunakan peneliti untuk mendapatkan klarifikasi tentang hipotesis kerja.¹⁹

Sebagai hasilnya, pertanyaan-pertanyaan dibuat dengan cara yang bersih dan tepat. Sangat penting untuk dicatat bahwa bentuk studi ini dilakukan ketika beberapa sampel yang representatif ditanyai tentang hal yang sama. Diyakini bahwa setiap komponen memiliki kesempatan yang sama untuk menanggapi isu yang diangkat. Gaya wawancara ini menyerupai wawancara terbuka yang seharusnya.

Dalam riset ini wawancara mendalam dilakukan peneliti dengan pelanggan yang berdasarkan informasi pihak Bento Kopi sudah menjadi pelanggan setia dalam 2 tahun terakhir, untuk mengetahui seperti apa penerimaan mereka mengenai hiburan Live Music yang diadakan untuk kenyamanan setiap pelanggan Bento Kopi.

c. Dokumentasi

Dokumen, yang mengacu pada bahan tertulis, adalah akar dari kata dokumentasi. Pencarian informasi objek atau variabel berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, agenda, dan lain sebagainya dilakukan dengan menggunakan pendekatan dokumentasi. Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang dikumpulkan dari observasi partisipan dan wawancara mendalam.

¹⁸ Rulam Ahmadi, *Memahami Metode Penelitian Kualitatif* (Malang: Universitas Negeri Malang, 2005), hal 71

¹⁹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2006), hal 160

Surat-surat pribadi dan dokumen resmi adalah dua kategori utama dokumen.²⁰ Menurut perspektif ini, peneliti menggunakan teknik dokumentasi untuk mengumpulkan data dari sumber bahan tertulis, termasuk surat-surat resmi yang dimiliki oleh lembaga pendidikan, arsip semacam itu, dan dokumen tidak resmi, seperti foto yang diambil peneliti saat melakukan wawancara.

1.8 Teknik Analisa Data

Bogdan & Biklen dalam Moleong mengklaim bahwa analisis data adalah proses yang melibatkan bekerja dengan data, mengaturnya, mengkategorikannya menjadi unit-unit yang dapat dikelola, mensintesisnya, mencari dan mengidentifikasi pola, menentukan apa yang signifikan dan apa yang dapat dipelajari, dan membuat keputusan yang dapat dikomunikasikan kepada orang lain.²¹

Menurut Patton dalam Moleong, analisis data adalah proses penataan urutan data menjadi pola, kategori, dan unit deskriptif mendasar. Dia membedakannya dari interpretasi, yang melibatkan mengklarifikasi pola deskripsi, menemukan hubungan antara aspek deskripsi, dan memberikan signifikansi yang berarti pada temuan analisis.²²

Analisis data, menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong, adalah prosedur yang secara eksplisit mendokumentasikan upaya untuk mengidentifikasi tema dan membuat hipotesis kerja.²³ Jika dikaji, pada dasarnya definisi pertama lebih menitikberatkan pengorganisasian data sedangkan yang kedua lebih menekankan maksud dan tujuan analisis data.

Dari ungkapan di atas dapat kita simpulkan bahwa analisis data bertujuan untuk menyusun data terlebih dahulu. Catatan lapangan, komentar peneliti, gambar, foto, makalah dalam bentuk laporan, biografi, artikel, dan bahan lainnya merupakan data yang telah dikumpulkan dalam jumlah besar. Penyortiran, pengelompokan,

²⁰ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2006), hal. 216-217

²¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2006), hal 248

²² *Ibid*, hal 280

²³ *Ibid*, hal 282

pengkodean, dan kategorisasi adalah tugas analisis data dalam situasi ini. Menemukan tema dan hipotesis kerja yang pada akhirnya akan berkembang menjadi teori substansial adalah tujuan organisasi data.²⁴

a. Analisis Data Kasus Tunggal

Metode analisis data penelitian ini adalah analisis data interaktif (model interaktif). Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi adalah tiga aliran operasi yang terdiri dari tiga komponen proses analisis data, menurut Miles & Huberman dalam H. B. Sutopo.²⁵ Adapun ketiga komponen tersebut adalah:

1. Reduksi Data

Data yang telah terkumpul perlu diolah kembali. Tujuan dari pengolahan data ini adalah untuk dapat memadatkan tanggapan subjek menjadi sebuah data primer. Selain itu, informasi dapat diatur sebelum diberikan untuk analisis.

2. Penyajian Data

Setelah mereduksi data dengan mengelompokkan jawaban subjek ke dalam berbagai jenis pertanyaan. Menurut Miles dan Huberman, metode penyajian data yang paling populer dalam penelitian kualitatif adalah melalui penulisan naratif. Ini membantu peneliti memahami dan mengamati tanggapan orang berdasarkan unsur-unsur yang mendasari tanggapan tersebut berdasarkan apa yang dialami atau dipikirkan.

3. Kesimpulan/Verifikasi

Peneliti akan membuat kesimpulan dan mengkonfirmasi setelah melalui tahapan penyajian data. Verifikasi peneliti disesuaikan dengan variabel yang mempengaruhi respon subjek. Peneliti menggunakan pendekatan interaktif untuk pengolahan data yang disebut model analisis induktif.²⁶ Suatu teknik atau pendekatan yang disebut “analisis induktif” digunakan untuk membangun pengetahuan dalam ilmu pengetahuan.

²⁴ *Ibid*, hal 280-281

²⁵ HB. Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dasar Teori Dan Terapannya Dalam Penelitian*, (Surakarta: Sebelas Maret University Press, 2002), hal. 91

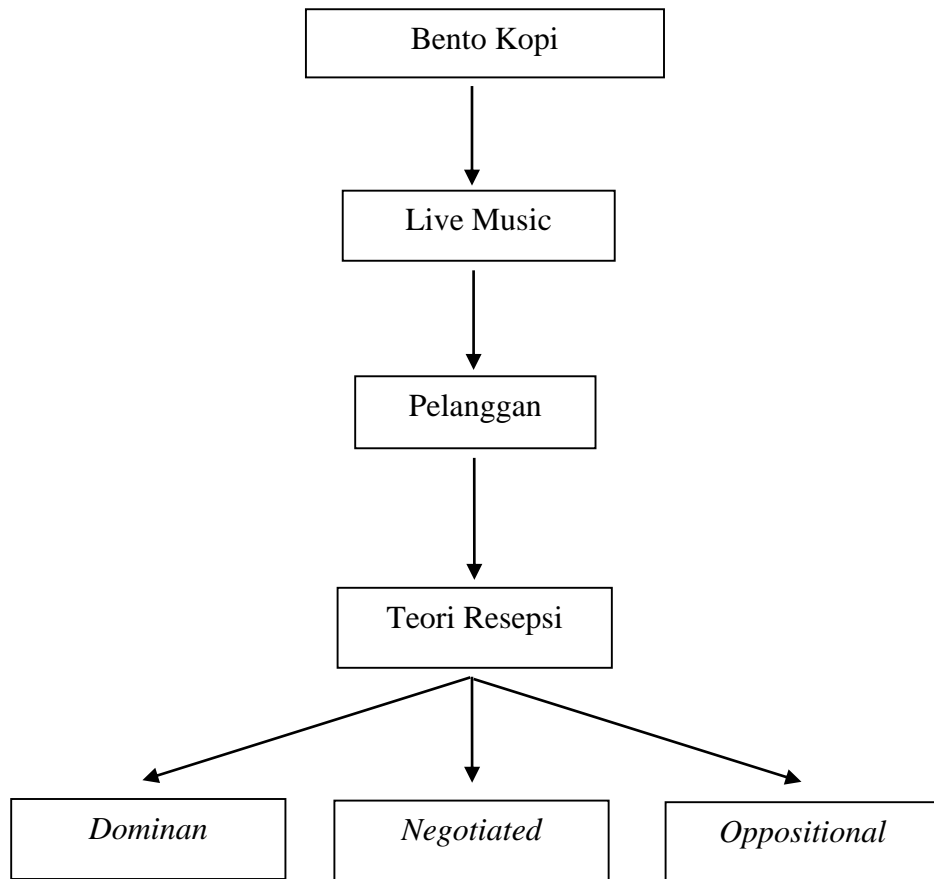
²⁶ Sudarto, *Metodologi Penelitian Filsafat* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), hal. 57

b. Analisis Data Studi

Analisis data studi kasus adalah suatu pendekatan penelitian dimana suatu program, peristiwa, kegiatan, proses, atau sekelompok orang diselidiki dengan seksama.

1.9 Kerangka Konsep dan Definisi Konsep

1.9.1 Kerangka Konsep



1.9.2 Definisi Konsep

A. Resepsi

Kata resepsi berasal dari kata latin *recipere*, yang aslinya berarti penerimaan atau penyambutan pembaca. Dalam arti yang lebih luas, reception mengacu pada pengolahan teks dan cara penyajian makna terhadap tayangan ataupun yang disaksikan secara langsung, sehingga timbul suatu respon dari apa yang sudah dilihat dan disaksikan. Namun pengertian terminologis resepsi adalah sebagai ilmu keindahan yang didasarkan pada reaksi pembaca terhadap sebuah karya tulis. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa resepsi merupakan bidang keilmuan yang mempelajari teks atau kata-kata dan berkonsentrasi pada peran pembaca dalam menanggapi tulisan.

B. Pelanggan

Pelanggan sering didefinisikan sebagai mereka yang secara teratur membeli dan menggunakan produk, termasuk komoditas dan layanan. Akibatnya, sangat penting bagi pelanggan perusahaan pelanggan untuk berfungsi dengan lancar dan tumbuh. Nasution mengklaim bahwa konsumen adalah siapa saja yang mengharapkan bisnis mencapai tingkat keunggulan tertentu, yang akan mempengaruhi cara bisnis berjalan.²⁷

Pelanggan adalah pemangku kepentingan yang paling penting dalam bisnis, pelanggan tidak bergantung kepada pemilik bisnis ataupun usaha, namun justru pemilik usaha yang bergantung kepada pelanggan karena pelanggan merupakan sekelompok orang yang menjadi sumber pendapatan usaha.²⁸ Dari beberapa definisi yang diberikan di atas bisa disimpulkan bahwa pelanggan adalah seseorang yang secara konsisten membeli barang atau jasa.

²⁷ Rusydi, *Customer Excellence* (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2017) hal 3

²⁸ *Ibid*, hal 4

C. Live Musik

Menurut Banoe dalam buku *Music Dictionary*, istilah "musik" berasal dari kata Yunani "*muse*", yang mengacu pada salah satu dewa seni dan ilmu pengetahuan dalam mitologi Yunani kuno.²⁹ Banoe juga berpendapat bahwa musik adalah bagian dari seni yang menganalisis dan mengategorikan banyak suara ke dalam pola yang dapat dipahami orang. Berdasarkan pendapat tersebut Live Music merupakan sebuah seni yang pertunjukan secara langsung tanpa menggunakan proses rekaman.

D. Bento Kopi

Bento kopi adalah perusahaan yang bergerak F&B dan memiliki konsep café. Selain menawarkan makanan cepat saji dan suasana yang santai, cafe adalah salah satu jenis restoran yang seringkali menyertakan tempat duduk baik di dalam maupun di luar gedung.³⁰

Cafe adalah perusahaan dalam industri makanan yang dikelola secara komersial yang menyajikan makanan atau cemilan kepada pelanggan sembari memberikan layanan dalam suasana santai tanpa mengikuti aturan atau standar layanan apa pun (tidak seperti ruang makan elit). Mereka mungkin juga menyediakan pilihan makanan yang berbeda atau membebaskan biaya yang lebih rendah. Dengan begitu, bisa dipastikan sebuah cafe memiliki jam oprasional yang lebih lama dibandingkan restoran.³¹

²⁹ Banoe P., *Kamus Musik* (Yogyakarta: Kanisius, 2003) hal 288

³⁰ Marsum, *Restoran dan Segala Permasalahannya*, (Yogyakarta: Andi, 2005) hal 14

³¹ Sugiarto, *Pengantar Industri Akomodasi dan. Restoran*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1996) hal. 7