

# BAB 1

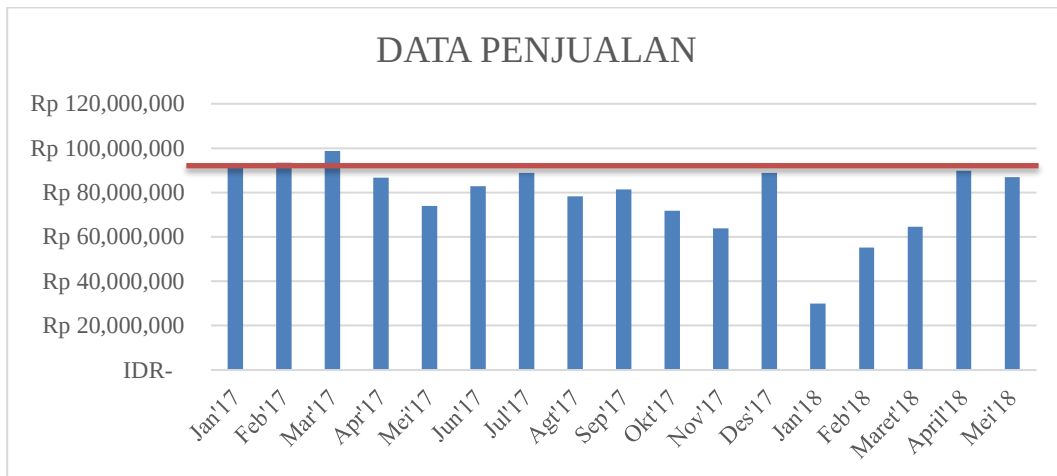
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis makanan (dunia kuliner) di Indonesia melesat dengan cepat, dimana semakin banyak pelaku usaha membuka dan mengembangkan bisnis mereka terutama dalam bidang makanan. Salah satu bisnis yang sedang berkembang di Indonesia saat ini adalah *coffee shop*. Banyaknya bisnis *coffee shop* membuat persaingan menjadi kuat dan saling berkompetisi dalam merebut pasar konsumen sehingga pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh masing-masing *coffee shop* pun semakin berkembang seperti, tersedianya *free Wi-Fi* atau internet gratis bagi para pengunjung, *game board* (contoh: *Uno brick*, *uno card*, monopoli, dan lain-lain), *design interior coffee shop* yang dibuat cocok untuk ber-foto pada setiap sudut nya, *AC (air conditioner)*, dan lainnya.

Kopilogi *coffee shop* merupakan salah satu *coffee shop* yang akan diteliti oleh penulis. Kopilogi *coffee shop* menjual berbagai macam kopi, seperti: *cappucinno*, *Vietnam drip*, *americano*, dan lain-lain. Kopilogi *coffee shop* ini telah berdiri sejak 2016 dan berlokasi di Jalan Cikuray No. 42 Garut. Lokasi Kopilogi *coffee shop* merupakan lokasi yang strategis karena berada di titik pusat kota Garut. Selain menjual berbagai macam kopi, *coffee shop* ini juga menjual berbagai macam minuman manis dan makanan. Makanan yang ditawarkan oleh Kopilogi *coffee shop* ini adalah makanan Indonesia dan *western*. Kopilogi *coffee shop* terkenal dengan kenikmatan kopi yang mereka sediakan bahkan para pengunjung dapat membuat kopi dengan biji kopi pilihan mereka sendiri, sehingga banyak konsumen yang datang untuk menikmati kopi pada *coffee shop* ini.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Kopilogi *coffee shop* yaitu Bapak Shendy mengatakan bahwa penjualan pada Kopilogi *Coffee Shop* sejak bulan April 2017 tidak memenuhi target penjualan yaitu Rp 90.000.000/bulan dengan rata-rata tidak tercapainya target tersebut sebesar 17% per bulan.



Gambar 1.1  
Grafik Penjualan Kopilogi Coffee Shop

Tabel 1.1  
Perhitungan Rata-Rata Persentase Target Penjualan

| No                                      | Bulan    | Penghasilan   | Target Penjualan | Selisih           |
|-----------------------------------------|----------|---------------|------------------|-------------------|
| 1                                       | Jan'17   | Rp 91.379.800 | Rp 90.000.000    | Rp 1.379.800      |
| 2                                       | Feb'17   | Rp 93.534.500 |                  | Rp 3.534.500      |
| 3                                       | Mar'17   | Rp 98.818.200 |                  | Rp 8.818.200      |
| 4                                       | Apr'17   | Rp 86.777.850 |                  | IDR (3.222.150)   |
| 5                                       | Mei'17   | Rp 73.910.350 |                  | IDR (16.089.650)  |
| 6                                       | Jun'17   | Rp 82.789.700 |                  | IDR (7.210.300)   |
| 7                                       | Jul'17   | Rp 88.799.700 |                  | IDR (1.200.300)   |
| 8                                       | Agt'17   | Rp 78.238.000 |                  | IDR (11.762.000)  |
| 9                                       | Sep'17   | Rp 81.410.200 |                  | IDR (8.589.800)   |
| 10                                      | Okt'17   | Rp 71.819.150 |                  | IDR (18.180.850)  |
| 11                                      | Nov'17   | Rp 63.823.950 |                  | IDR (26.176.050)  |
| 12                                      | Des'17   | Rp 88.887.200 |                  | IDR (1.112.800)   |
| 13                                      | Jan'18   | Rp 29.939.050 |                  | IDR (60.060.950)  |
| 14                                      | Feb'18   | Rp 55.127.500 |                  | IDR (34.872.500)  |
| 15                                      | Maret'18 | Rp 64.590.100 |                  | IDR (25.409.900)  |
| 16                                      | April'18 | Rp 89.930.000 |                  | IDR (70.000)      |
| 17                                      | Mei'18   | Rp 87.039.500 |                  | IDR (2.960.500)   |
| Jumlah selisih tidak tercapainya target |          |               |                  | IDR (216.917.750) |
| Rata-rata                               |          |               |                  | IDR (15.494.125)  |
| Persentase                              |          |               |                  | -17%              |

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat suatu kebutuhan untuk meneliti lebih lanjut tentang masalah yang dihadapi oleh Kopilogi coffee shop. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak Kopilogi coffee

*shop* untuk dapat mencapai target penjualan dan memberikan usulan agar Kopilogi *coffee shop* dapat bersaing dengan *coffee shop* lainnya.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Adapun masalah yang teridentifikasi adalah:

1. Kopilogi *coffee shop* belum mengetahui hal-hal penting apa yang menjadi daya tarik pelanggan saat memilih *coffee shop*.
2. Kopilogi *coffee shop* belum mampu bersaing dengan *coffee shop* lain.
3. Terdapat ketidakpuasan konsumen pada Kopilogi *coffee shop*.
4. Kinerja Kopilogi *coffee shop* yang belum baik.
5. Penerapan *Segmentation, Targeting, dan Positioning* (STP) yang dilakukan oleh Kopilogi *coffee shop* belum tepat.
6. Strategi pemasaran yang dilakukan Kopilogi *coffee shop* belum baik.
7. Terdapat naik turunnya perekonomian yang menyebabkan penurunan daya beli konsumen.
8. Terdapat penurunan tingkat loyalitas konsumen untuk pergi ke Kopilogi *coffee shop*.
9. Belum dilakukan analisa SWOT kepada pemilik Kopilogi *coffee shop*.
10. Kopilogi *coffee shop* belum meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

## 1.3 Pembatasan Masalah

Dalam melakukan penelitian ini, penulis membatasi beberapa hal yang bertujuan agar penelitian dapat lebih terarah. Adapun batasan digunakan adalah sebagai berikut:

1. Penurunan daya beli konsumen yang berhubungan dengan naik turunnya perekonomian tidak dibahas dalam penelitian ini.
2. Tingkat loyalitas konsumen Kopilogi *coffee shop* tidak dibahas dalam penelitian ini.
3. Tidak dilakukannya analisa SWOT kepada pemilik Kopilogi *coffee shop*.

4. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen tidak dibahas dalam penelitian ini.

#### 1.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa yang menjadi daya tarik pelanggan saat memilih *coffee shop*?
2. Bagaimana posisi Kopilogi *coffee shop* dibandingkan pesaing nya?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap Kopilogi *coffee shop*?
4. Bagaimana kinerja Kopilogi *coffee shop* saat ini?
5. Bagaimana *Segmenting, Targeting, dan Positioning* (STP) yang baik untuk Kopilogi *coffee shop*?
6. Bagaimana strategi pemasaran yang sebaiknya dilakukan oleh Kopilogi *coffee shop*?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka diketahui tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi daya tarik pelanggan saat memilih *coffee shop*.
2. Untuk mengetahui posisi *Kopilogi coffee shop* dibandingkan dengan pesaing nya.
3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap *Kopilogi coffee shop*.
4. Untuk mengetahui kinerja *Kopilogi coffee shop* saat ini.
5. Untuk mengetahui *Segmenting, Targeting, dan Positioning* (STP) yang baik untuk *Kopilogi coffee shop*.
6. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat untuk *Kopilogi coffee shop*.

## 1.6 Sistematika Penulisan

### BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab 1 ini berisi uraian latar belakang masalah pada Kopilogi *coffee shop*, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan penelitian ini.

### BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab 2 ini berisikan teori – teori dan tinjauan pustaka yang akan digunakan penulis untuk memecahkan masalah yang terdapat pada bab 1 yang didapatkan berasal dari beberapa sumber yang menjadi referensi penulis.

### BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab 3 ini menjelaskan mengenai kerangka penelitian dan langkah – langkah pemecahan masalah yang akan dihadapi oleh penulis. Dalam bab ini juga akan dijelaskan bagaimana penulis akan melakukan pengumpulan dan pengolahan data, analisis terhadap hasil yang didapatkan, dan memberikan kesimpulan dan saran.

### BAB 4 PENGUMPULAN & PENGOLAHAN DATA

Dalam bab 4 ini berisikan data – data yang telah dikumpulkan dari sumber yang bersangkutan dan akan digunakan oleh penulis untuk di olah lebih lanjut pada data-data tersebut.

### BAB 5 ANALISIS DATA

Dalam bab 5 ini penulis akan melakukan analisis terhadap hasil-hasil yang diperoleh.

### BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab 6 ini penulis melakukan penarikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan analisis yang telah dilakukan pada bab 5. Selain itu, penulis juga memberikan saran bagi pihak perusahaan.