

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

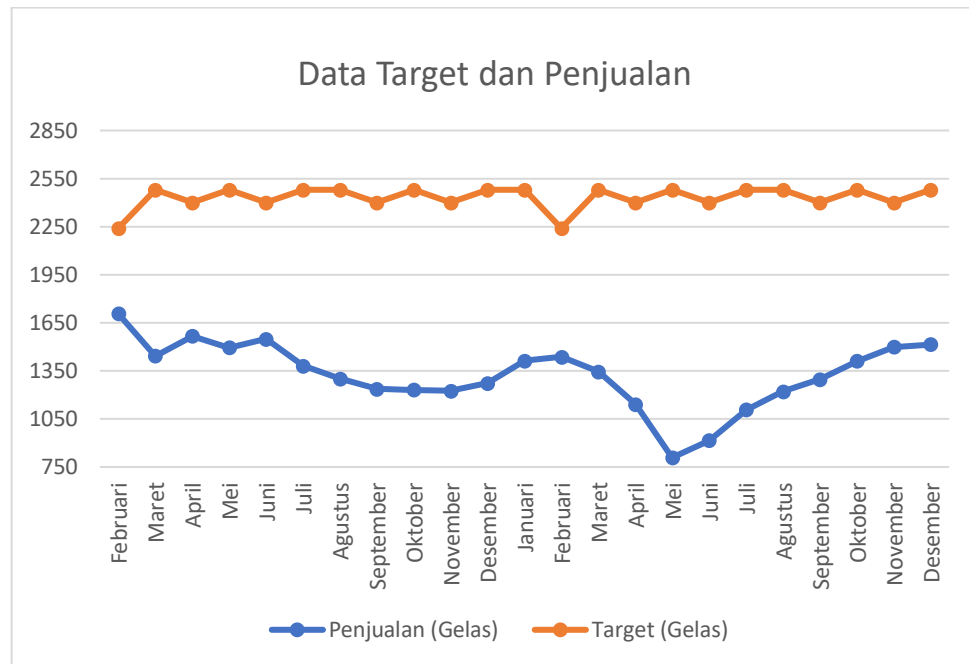
Akhir-akhir ini perkembangan bisnis kopi makin pesat, hal ini sejalan dengan tren minum kopi yang berkembang karena sekarang kopi tidak lagi identik dengan kaum bapak-bapak, banyak anak muda yang merasa kopi merupakan bagian hidupnya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kedai kopi adalah bangunan tempat yang menyediakan minuman khususnya kopi dan makanan ringan seperti kue dan roti. Di masa kini, kedai kopi tidak hanya menjadi tempat minum kopi saja tapi fungsinya sudah meluas karena banyak orang yang menggunakan kedai kopi sebagai tempat nongkrong, bersosialisasi, berdiskusi, atau rapat. Maka banyak kedai kopi yang membuat tempat yang menarik sekaligus nyaman bagi pengunjungnya..

Kedai kopi “x” merupakan salah satu kedai kopi yang ada di kota Cimahi, dibuka pada tanggal 11 Juni 2018. Kedai kopi ini terletak di jalan Jl. Ciawitali No.42, Citeureup, Cimahi Utara, Kota Cimahi, Jawa Barat. Kedai kopi ini buka dari pukul 09.00 pagi hingga pukul 11.30 malam..

Dari hasil pengamatan dan wawancara, diketahui target per hari yang diinginkan tidak tercapai. Target penjualan sebanyak 80 gelas/hari didapat dari perhitungan *break-even point* (BEP) oleh pemilik kedai kopi, tetapi nyatanya hanya sekitar 40 gelas/hari. Tidak tercapainya target ini sudah terjadi sejak Februari 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penyebab tidak tercapainya target dan apa yang dapat dilakukan untuk mencapai target. data penjualannya dapat dilihat pada Tabel 1.1 dan Gambar 1.1.

Tabel 1.1
 Data Penjualan kedai kopi “x”
 Data yang digunakan adalah penjualan kopi tiap bulannya.

Bulan (2019)	Penjualan (Gelas)	Target (Gelas)
Februari	1706	2240
Maret	1442	2480
April	1567	2400
Mei	1494	2480
Juni	1548	2400
Juli	1380	2480
Agustus	1301	2480
September	1237	2400
Oktober	1231	2480
November	1226	2400
Desember	1272	2480
Bulan (2020)	Penjualan (Gelas)	Target (Gelas)
Januari	1412	2480
Februari	1437	2240
Maret	1344	2480
April	1141	2400
Mei	808	2480
Juni	916	2400
Juli	1107	2480
Agustus	1221	2480
September	1297	2400
Oktober	1411	2480
November	1498	2400
Desember	1514	2480
Rata-rata	1327	2431



Gambar 1.1
Grafik Data Penjualan Kedai Kopi “X”

- Pada gambar 1.1 dapat dilihat bahwa penjualan terus menurun, dimulai dari bulan Februari 2019 dan mulai melandai di bulan September 2019 dan terus naik hingga bulan Februari 2020 namun pada bulan Maret 2020 penjualan kembali menurun dan menyentuh titik terendah pada bulan Mei 2020. Lalu pada bulan Juni 2020 penjualan meningkat hingga Desember 2020.
- Rata-rata penjualan dari Februari 2019 sampai Desember 2020 = 1327 gelas/bulan
- Rata-rata target penjualan dari Februari 2019 sampai Desember 2020 = 2431 gelas/bulan
- Persentase pencapaian penjualan = $\frac{1327}{2431} \times 100\%$
 $= 0.546 \times 100\%$
 $= 54.6\%$

Penjualan dari Februari 2019 sampai Desember 2020 hanya mencapai 54.6% dari target yang ditentukan.

1.2 Identifikasi Masalah.

Setelah melihat permasalahan pada latar belakang masalah, ada beberapa hal yang mungkin menjadi penyebabnya yaitu:

1. *Segmentasi, Targeting* dan *Positioning* yang dilakukan kedai kopi “x” masih belum tepat.
2. Kedai kopi “x” belum mengetahui variabel apa saja yang dipentingkan konsumen dalam memilih kedai kopi.
3. Belum diketahui variabel apa saja yang mempengaruhi loyalitas konsumen.
4. Masih rendahnya tingkat loyalitas konsumen terhadap kedai kopi “x”.
5. Masih adanya kelemahan kedai kopi “x” dibandingkan dengan kedai kopi pesaing.
6. Konsumen merasa tidak puas terhadap kualitas dan kinerja di kedai kopi “x”.
7. Kinerja pelayanan yang diberikan oleh kedai kopi “x” belum cukup baik.
8. Strategi pemasaran yang dilakukan belum tepat
9. Daya beli konsumen menurun.
10. Belum dikenalnya *brand* kedai kopi tersebut.

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Karena adanya keterbatasan dalam melakukan penelitian maka dibuat suatu Batasan untuk membatasi permasalahan, yaitu:

1. Penelitian ini tidak membahas daya beli konsumen.
2. Penelitian ini tidak membahas tentang *brand* kedai kopi tersebut.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah serta dan mempertimbangkan batasan masalah, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Segmentasi, Targeting* dan *Positioning* yang tepat bagi kedai kopi “x”?
2. Variabel apa saja yang dipentingkan konsumen dalam memilih kedai kopi?
3. Variabel apa saja yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?

4. Bagaimana tingkat loyalitas konsumen terhadap kedai kopi “x”?
5. Kelemahan dan kelebihan apa yang dimiliki kedai kopi “x” dibandingkan kedai kopi pesaing?
6. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas dan kinerja kedai kopi “x”?
7. Bagaimana tingkat kinerja pelayanan yang diberikan kedai kopi “x”?
8. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk kedai kopi “x”?

1.5 Tujuan Penelitian

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

1. Menentukan *Segmentasi, Targeting* dan *Positioning* yang tepat untuk kedai kopi “x”.
2. Mengetahui variabel apa saja yang dipentingkan konsumen dalam memilih kedai kopi.
3. Mengetahui variabel yang mempengaruhi loyalitas konsumen.
4. Mengetahui tingkat loyalitas konsumen terhadap kedai kopi “x”.
5. Mengetahui kelemahan dan kelebihan yang dimiliki kedai kopi “x” dibandingkan kedai kopi pesaing.
6. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kedai kopi “x”.
7. Mengetahui tingkat kinerja yang diberikan kedai kopi “x”.
8. Menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk kedai kopi “x”.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan oleh penulis dalam penelitian ini adalah :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Dalam bab 1 ini berisi uraian latar belakang masalah pada kedai kopi “x”, penentuan identifikasi masalah, penentuan batasan dan asumsi, perumusan masalah, penentuan tujuan penelitian dan sistematika penulisan penelitian ini.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

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

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab 3 ini menjelaskan mengenai kerangka penelitian, langkah-langkah penelitian dari awal pengumpulan hingga pengolahan data, analisis dan memberikan kesimpulan dan saran.

BAB 4 : PENGUMPULAN DATA

Dalam bab 4 ini berisi data-data yang telah dikumpulkan dari sumber yang bersangkutan dan akan digunakan oleh peneliti dengan mengolah lebih lanjut data-data tersebut.

BAB 5 : PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Dalam bab 5 ini berisi pengolahan data-data, hasil pengolahan data dan juga analisis yang ada terhadap hasil-hasil yang diperoleh.

BAB 6 : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab 6 ini peneliti melakukan penarikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan analisis yang telah dilakukan pada bab 5.