

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan dunia bisnis pada saat ini, khususnya usaha jasa makanan dan minuman. Salah satu dari usaha jasa makanan dan minuman yang sedang berkembang pada saat ini adalah kedai kopi. Kedai kopi merupakan tempat yang menyediakan kopi sebagai menu utama serta menyediakan makanan ringan sebagai teman untuk minum kopi. Pada saat ini kopi tidak hanya dinikmati oleh pria saja, akan tetapi wanita juga ikut menikmati kopi, baik dari kalangan muda atau tua yang menjadikan kopi sebagai keharusan untuk menemani produktivitas pada setiap harinya. Kini kedai kopi menyediakan tempat yang nyaman, *interior* yang menarik, tersedia AC (*Air Conditioner*), serta difasilitasi Wi-Fi. Kedai kopi dijadikan sebagai tempat untuk berkumpul bersama teman atau keluarga, tempat untuk mengerjakan tugas sekolah, tugas kuliah, dan aktivitas lainnya sambil menikmati kopi dan makanan ringan yang disediakan oleh kedai kopi.

Saat ini kedai kopi yang khususnya berada di Kota Bandung mengalami persaingan yang cukup pesat, yang membedakan dari banyaknya kedai kopi adalah jenis kopi yang digunakan, ada yang menggunakan jenis kopi *Arabica* atau *Robusta*. Dari jenis kopi tersebut dapat diolah menggunakan mesin *Espresso* yang akan menjadi minuman kopi *Espresso based* diantaranya *Espresso*, *Cappuccino*, *Latte*, *Macchiato*, *Long Black*, dan *Affogato*.

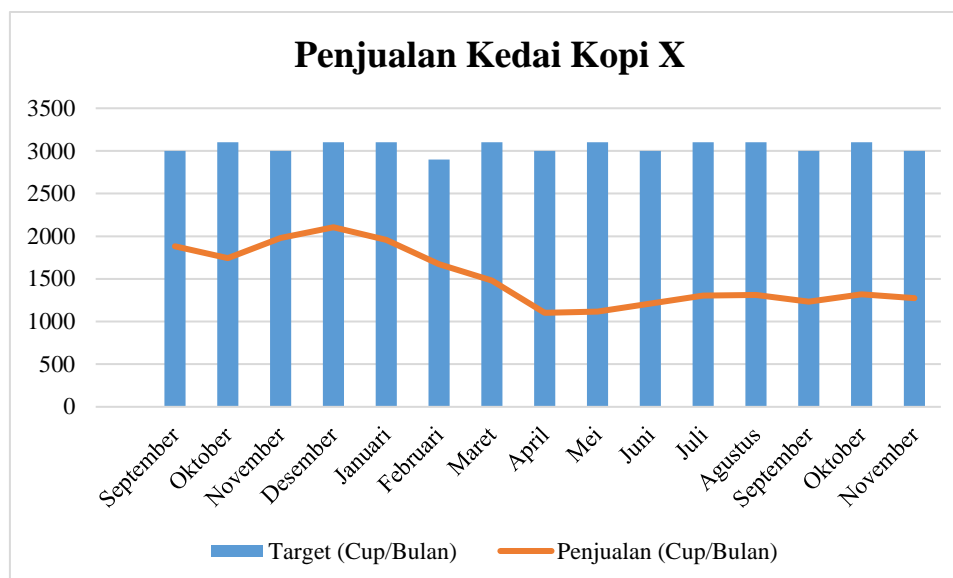
Kedai Kopi X adalah salah satu tempat yang menjual minuman kopi, minuman selain kopi, dan makanan ringan yang berdiri pada bulan September tahun 2019 yang terletak di Jalan Balong Gede Kecamatan Regol Kota Bandung. Jenis kopi yang dijual oleh Kedai Kopi X yaitu *Arabica* yang dapat diolah menjadi minuman kopi *Espresso*, *Cappuccino*, dan *Latte*. Pemilik Kedai Kopi X menginginkan minuman kopi yang dijualnya dapat dinikmati oleh semua kalangan, tetapi pada implementasinya saat ini Kedai Kopi X lebih banyak dinikmati oleh kalangan muda.

Dengan berjalannya Kedai Kopi X, pada saat ini Kedai Kopi X mengalami kendala dengan terjadinya penurunan penjualan minuman kopi, diduga faktor yang mempengaruhi penurunan penjualan minuman kopi adalah banyak konsumen yang datang hanya membeli kopi untuk mencoba sekali saja, untuk itu pemilik Kedai Kopi X menginginkan minuman kopi yang dijualnya dapat dinikmati oleh konsumen secara terus menerus. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik kedai kopi, Kedai Kopi X harus melakukan *repositioning* untuk dapat mengembalikan target konsumen menjadi seluruh kalangan usia. Pada saat ini *positioning* yang sudah dilakukan oleh Kedai Kopi X yaitu mempertahankan kualitas jenis kopi yang digunakan, memiliki produk minuman kopi unggulan yaitu es kopi Maju Melayang merupakan jenis minuman kopi dingin yang disajikan dengan *cream cheese* dibagian atasnya, selain itu juga Kedai Kopi X sudah melakukan promosi penjualan melalui *social media (Instagram)* dan melakukan *endorsement* oleh selebritis *Instagram*. Berikut merupakan data penjualan kedai kopi X dari bulan September 2019-November 2020.

Tabel 1.1
Penjualan Kedai Kopi X Bulan September 2019- November 2020

Bulan	Target (Cup /Bulan)	Penjualan (Cup /Bulan)
September	3000	1882
Oktober	3100	1744
November	3000	1981
Desember	3100	2105
Januari	3100	1956
Februari	2900	1671
Maret	3100	1480
April	3000	1102
Mei	3100	1117
Juni	3000	1209
Juli	3100	1305
Agustus	3100	1310
September	3000	1232
Oktober	3100	1318
November	3000	1273

Berikut merupakan grafik data penjualan Kedai Kopi X dari bulan September 2019-November 2020:



Gambar 1.1
Grafik Penjualan Kedai Kopi X

Pada grafik diatas menunjukkan bahwa terjadi penurunan penjualan minuman di Kedai Kopi X pada bulan Januari-Maret tahun 2020, sedangkan untuk bulan November-Desember tahun 2019 terjadi kenaikan penjualan minuman dikarenakan Kedai Kopi X mengadakan promosi penjualan pada bulan Desember yaitu konsumen yang membeli 2 minuman kopi, maka mendapatkan 1 minuman kopi gratis (*Buy 2, get 3*). Pada bulan April-Mei tahun 2020 terjadi penurunan dikarenakan pandemi Covid-19, sedangkan untuk bulan Juni-Juli terjadi kenaikan dikarenakan sudah memasuki *new normal*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dilakukan identifikasi faktor-faktor yang mungkin menyebabkan terjadinya masalah di Kedai Kopi X adalah:

1. Kedai Kopi X belum mengetahui strategi pemasaran yang tepat, sehingga tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap penjualan.
2. *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang diterapkan oleh Kedai Kopi X kurang tepat.

3. Kedai Kopi X belum mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih minuman kopi dan minuman selain kopi.
4. Kedai Kopi X belum mengetahui variabel kinerja apa yang mempengaruhi dan membedakan minat konsumen untuk membeli kembali minuman kopi dan minuman selain kopi.
5. Konsumen tidak puas terhadap kinerja Kedai Kopi X.
6. Persaingan yang semakin ketat dari kedai kopi lain untuk harga minuman yang dijual, kualitas kopi yang digunakan, dan konsistensi rasa minuman yang dijual.
7. Kedai Kopi X belum mengetahui *Strength, Weaknesses, Opportunities*, dan *Threats*.
8. Atribut-atribut promosi yang diterapkan Kedai Kopi X kurang tepat.
9. Kinerja Kedai Kopi X dinilai belum baik.

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Dalam melakukan penelitian ini, diperlukan batasan dan asumsi dikarenakan keterbatasan sumber daya, serta agar penelitian yang dilakukan tepat pada permasalahan. Adapun pembatasan yang digunakan adalah:

1. Dalam penelitian ini tidak membahas persaingan kedai kopi lain.
2. Dalam penelitian ini tidak meneliti menggunakan metode *Strength, Weaknesses, Opportunities*, dan *Threats*.
3. Dalam penelitian ini tidak membahas mengenai bauran promosi.
4. Penelitian hanya untuk pembelian minuman kopi.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah serta asumsi yang digunakan, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa saja faktor yang dipentingkan oleh konsumen dalam memutuskan membeli minuman kopi di Kedai Kopi X?
2. Bagaimana kinerja Kedai Kopi X menurut konsumen?
3. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap minuman kopi yang dijual Kedai Kopi X?

4. Variabel kinerja apa yang mempengaruhi dan membedakan minat konsumen untuk membeli kembali minuman kopi yang dijual Kedai Kopi X?
5. Bagaimana *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang tepat untuk Kedai Kopi X?
6. Usulan apa yang dapat dilakukan oleh Kedai Kopi X untuk dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli kembali minuman kopi?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditentukan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam memutuskan pembelian minuman kopi.
2. Mengetahui kinerja Kedai Kopi X menurut konsumen.
3. Mengetahui kepuasan konsumen terhadap Kedai Kopi X.
4. Mengetahui variabel kinerja apa yang mempengaruhi dan membedakan minat konsumen untuk membeli kembali minuman kopi yang dijual Kedai Kopi X.
5. Mengetahui *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang tepat untuk Kedai Kopi X.
6. Menentukan usulan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli kembali minuman kopi.

1.6 Sistematika Penelitian

Berikut merupakan sistematika penelitian dalam penyusunan dan pengerjaan Tugas Akhir, sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah yang merupakan dasar dari penyusunan laporan Tugas Akhir, identifikasi masalah yang ada, pembatasan masalah dan asumsi yang digunakan oleh peneliti, perumusan masalah yang diketahui, tujuan dari peneliti untuk melakukan penelitian, dan sistematika penelitian yang digunakan untuk penyusunan laporan Tugas Akhir.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai dasar atau teori-teori yang diperoleh dari buku, jurnal, dan sumber-sumber yang akurat dan relevan, dasar atau teori-teori tersebut digunakan sebagai acuan untuk penyusunan laporan Tugas Akhir.

BAB 3 METEDOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan langkah-langkah penelitian berupa *flowchart* yang dibuat secara sistematis beserta keterangan yang menjelaskan proses penyusunan laporan Tugas Akhir sampai dengan selesai.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Bab ini berisikan data-data awal yang diperoleh dari perusahaan, serta data hasil kuesioner yang akan digunakan oleh peneliti untuk pengolahan data dan analisis dalam penyusunan laporan Tugas Akhir.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini berisikan pengolahan data dan analisis berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan, lalu dilakukan analisis. Pengolahan data dan analisis bertujuan untuk mendapatkan kesimpulan, menyelesaikan masalah dan memberikan usulan kepada perusahaan yang diteliti.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran perbaikan yang diberikan oleh peneliti berdasarkan permasalahan yang ada di perusahaan.