

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sarana untuk bersosialisasi berlainan di berbagai tempat. Di Inggris orang biasa bersosialisasi dengan menggunakan teh atau minuman beralkohol. Di Inggris, tempat bersosialisasi sambil minum alkohol biasa disebut Bar. Di Italia, kebiasaan bersosialisasi ini dilakukan dengan minum kopi. Dari kebiasaan itu, tempat untuk bersosialisasi sambil minum kopi di Italia disebut *Coffee Shop*. Karena penduduk Italia banyak yang bermigrasi ke Amerika, maka budaya kafe menular ke Amerika. Salah satu *Coffee Shop* terkemuka di dunia saat ini ialah Starbucks yang berdiri pada tahun 1971 di Atlanta. Sejak saat itu, budaya kopi Starbucks berkembang hingga ke mancanegara.

Di Indonesia Starbucks Coffee berdiri pertama kali pada tahun 2002 di Plaza Senayan Jakarta. Selanjutnya berkembang terutama di wilayah Jakarta, meluas ke Denpasar, Surabaya, dan Bandung. Cabang Starbucks Coffee di wilayah Bandung pertama kali dibuka di Cihampelas Walk pada tahun 2005, selanjutnya menyusul dibuka di BIP pada akhir tahun 2006, dan di Bandung Super Mall (BSM) serta Parijs Van Java pada tahun 2007.

Penjualan dari semua jenis kopi di Starbucks Coffee Bandung Super Mall sekarang berkurang hingga sebesar 40%, penjualan sangat terasa semenjak Juli 2008. Dugaan sementara terjadinya penurunan penjualan karena banyak berdiri *Coffee Shop* lain yang hampir sama dengan Starbucks Coffee di Bandung Super Mall dengan harga yang sedikit lebih murah dari Starbucks. Sehingga para pengunjung Bandung Super Mall memiliki banyak pilihan. Hal inilah yang melatarbelakangi penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen Starbucks Coffee, serta upaya perbaikan yang perlu dilakukan oleh pihak Starbucks Coffee. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kembali penjualan Starbucks Coffee Bandung Super Mall.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung Starbucks dan pihak manajemen Starbucks Coffee Bandung Super Mall, penyebab penurunan penjualan hingga 40% dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Starbucks Coffee Bandung Super Mall kurang mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih *Coffee Shop*.
2. Harga yang ditawarkan oleh Starbucks Coffee sedikit lebih mahal dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh *Coffee Shop* lainnya yang ada di Bandung Super Mall.
3. Pemilihan lokasi Starbucks Coffee di Bandung Super Mall.
4. Kepuasan pengunjung Starbucks Coffee terhadap pelayanan yang diberikan oleh Starbucks Coffee Bandung Super Mall sesuai dengan standar dari pusat.
5. Kurangnya promosi dibandingkan dengan pesaing karena promosi Starbucks Coffee ditentukan oleh pusat.

1.3 Pembatasan Masalah

Mengingat keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, maka dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Tidak membahas persaingan harga kopi dengan *Coffee Shop* lainnya di Bandung Super mall, karena harga semua gerai Starbucks Coffee sudah ditandakan dari pusat.
2. Tidak membahas dalam pemilihan lokasi gerai Starbucks Coffee di Bandung Super Mall.
3. Tidak membahas kebijakan promosi yang dibuat oleh pihak pusat Starbucks Coffee, seperti iklan di media cetak dan elektronik.
4. Tidak membahas perbandingan pelayanan yang diberikan oleh gerai Starbucks Coffee Bandung Super Mall dengan gerai Starbucks Coffee lainnya.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah sebagaimana di atas, maka masalah di dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Faktor apa saja yang dipentingkan konsumen dalam memilih *Coffee Shop*?
2. Prioritas perbaikan apa saja yang perlu dilakukan Starbucks Coffee dalam memenuhi kebutuhan konsumen berdasarkan persepsi dan harapan?
3. Bagaimana layanan yang diberikan Starbucks Coffee dibandingkan dengan *Coffee shop* lainnya di Bandung Super Mall berdasarkan peringkat persaingan?
4. Upaya apa yang perlu dilakukan oleh Starbucks Coffee untuk meningkatkan penjualan mereka?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari masalah-masalah yang dihadapi oleh Starbucks Coffee maka dapat ditetapkan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor apa saja yang dipentingkan konsumen dalam memilih *Coffee Shop*.
2. Untuk mengetahui prioritas perbaikan apa saja yang perlu dilakukan Starbucks Coffee dalam memenuhi kebutuhan konsumen berdasarkan persepsi dan harapan.
3. Untuk mengetahui bagaimana layanan yang diberikan Starbucks Coffee dibandingkan dengan *Coffee shop* lainnya di Bandung Super Mall berdasarkan peringkat persaingan.
4. Untuk mengetahui upaya apa yang perlu dilakukan oleh Starbucks Coffee untuk meningkatkan penjualan mereka.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan untuk laporan Tugas Akhir ini penulis susun ke dalam 6 (enam) bab sebagai berikut:

- Bab 1 Pendahuluan

Dalam pendahuluan ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika

penulisan. Membahas masalah yang dibahas dalam penulisan skripsi ini dan teori-teori yang digunakan untuk memecahkan dan menganalisis masalah yang terjadi dalam penelitian ini.

- Bab 2 Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi teori yang berkaitan dengan masalah yang diperoleh dari -bab 1. Teori ini digunakan guna untuk memecahkan dan menganalisis masalah yang terjadi dalam penelitian.

- Bab 3 Metodologi Penelitian

Bab ini berisi langkah-langkah atau prosedur yang dilakukan dalam melakukan dari awal sampai akhir penelitian. Menjelaskan langkah-langkah tersebut sesuai berdasarkan teori yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan.

- Bab 4 Pengumpulan Data

Bab ini berisi mengenai data-data yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian ini secara keseluruhan. Data yang dibutuhkan adalah sejarah awal dibukanya Starbucks Coffee di Bandung Super Mall serta variabel- variabel yang dibutuhkan untuk mengetahui mengapa Starbucks Coffee dapat tersaingi oleh Cafe lain. Variabel tersebut yang digunakan untuk menyusun kuesioner sehingga memperoleh data yang diinginkan.

- Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis

Setelah data yang diinginkan telah diperoleh maka dilakukan pengolahan data untuk dapat memecahkan masalah yang yang diperoleh dari bab 1. Setelah itu dilakukan analisis dari pengolahan data tersebut, sehingga diperoleh usulan yang diinginkan untuk menyelesaikan masalah tersebut.

- Bab 6 Kesimpulan Dan Saran

Bab ini membahas kesimpulan yang diperoleh dari penelitian dan saran yang diberikan kepada pihak perusahaan untuk meningkatkan pendapatan.