

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sering dengan berkembang pesatnya peradaban di era modern yang ditandai dengan bergesernya nilai sosial budaya dari masyarakat yang menjadi lebih individualis, tingkat mobilitas yang tinggi dan kesibukan terjadi di setiap lini manusia sehingga manusia membutuhkan tempat untuk melepas rutinitas kebosanan. Aktivitas yang bisa melepas rutinitas kebosanan tersebut seperti bersantai, bersuka ria, mendengarkan musik serta berbincang-bincang dengan teman sejawat (Luthfia, 2012: 1).

Dengan banyaknya sumber informasi dan hiburan menuntut setiap orang lebih selektif dan memiliki penyaring yang baik dalam menerima segala hal yang datang dari luar. Sosialisasi diri dalam pergaulan yang kini menjadi kebutuhan, maka tidak jarang tempat berkumpul menjadi tempat-tempat yang dituju untuk memenuhi kebutuhan ini. Seiring dengan pertumbuhan jumlah manusia, pertumbuhan kebutuhan hidup pun meningkat. Hal ini juga yang menjadikan tumbuhnya berbagai macam industri baru, termasuk di dalamnya industri-industri bisnis yang muncul dari kreativitas dan inovasi pemiliknya. Mulai dari kebutuhan akan makan dan minum sampai kebutuhan yang ditujukan hanya untuk pemenuhan keinginan diri semata (Herlyana, 2012: 188).

Fenomena yang telah dijadikan sebagai bagian dari kebutuhan hidup ini memunculkan peluang dengan bagaimana membuat pebisnis melihat ide tersebut, saat ini perusahaan dituntut untuk bertransformasi bisnis secara tepat sasaran menyesuaikan dengan perkembangan yang ada (Firmansyah, 2018: 282). Dimana *Coffee Shop* bisa menjadikan trend saat ini menyatu dan sesuai dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan. Begitu dengan maraknya pelaku bisnis dibidang minuman dan makanan yang ditandai dengan munculnya usaha bisnis *Coffee Shop* yang merebak, Perkembangan itu tidak terlepas dari perilaku masyarakat yang berubah-ubah sebagai gaya hidup baru bagi masyarakat Indonesia (Remiasa, 2007: 70).

Perkembangan bisnis *Coffee Shop* yang berkembang itu tidak mampu untuk bertahan dengan waktu yang lama. Ketatnya persaingan itu mengakibatkan terjadinya persaingan bisnis *Coffee Shop* yang kuat, sebab konsumen memiliki pilihan yang bermacam-macam untuk memenuhi kebutuhan akan ketersediaan dan pelayanan *Coffee*. Dengan kondisi dan situasi persaingan yang semakin kuat antar *Coffee Shop*, pengelola usaha/ bisnis *Coffee Shop* tidak saja harus mampu menjual produknya, tetapi juga harus mempunyai kemampuan yang maksimal dalam memasarkan usaha/ bisnisnya, sehingga keinginan konsumen untuk berkunjung dan menikmati *Coffee* tidak menurun akan tetapi semakin meningkat. Meskipun dengan keadaan banyak bermunculan pesaing baru, *Coffee Shop* diharapkan tetap dapat menjadi suatu pemenuhan kebutuhan dalam kondisi persaingan yang kuat antar *Coffee Shop* saat ini (Jannah, 2015: 2)

Jika kita lihat Bogor pada saat ini *Coffee Shop* menjadi trend tersendiri dari kalangan anak muda sampai orang dewasa menjadikan *Coffee Shop* sebagai tempat untuk berkumpul ataupun sekedar menikmati kopi sendirian bahkan ada yang menjadikannya tempat membicarakan pekerjaan atau bisnis. Begitu banyaknya kedai kopi di Bogor membuat bingung untuk memilih *Coffee Shop* yang mana hendak dikunjungi dan membuat persaingan antar kedai *Coffee Shop* bahkan ada yang jaraknya berdekatan sekali. Untuk itu para pengusaha kopi memerlukan strategi pemasaran agar pelanggannya tetap loyal dengan usahanya tersebut.

Coffee Shop Homeals Bogor sebagai salah satu bisnis yang bergerak di bidang *coffee shop* dengan *brand*-nya yaitu *Homeals* Bogor dari waktu ke waktu terus melakukan perbaharuan untuk menghadapi banyaknya pesaing yang bermunculan saat ini. Salah satu trombosan yang dilakukan oleh *Coffee Shop Homeals* adalah dengan menghadirkan *live music* dan menambah daftar menu yang dapat menarik pelanggan. Dengan adanya *live music* dan penambahan daftar menu diharapkan para pelanggan akan lebih banyak pilihan sehingga minat untuk nongkrong di *Coffee Shop Homeals* pun semakin besar.

Dari survey kepuasan pengunjung tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada kedai kopi yaitu *Coffee Shop Homeals* Bogor karena di sana letaknya sangat strategis jadi di sana sangatlah efektif untuk meneliti tentang

loyalitas pelanggan. Berdasarkan paparan di atas peneliti akan melakukan penelitian sebuah skripsi dengan judul : “Analisis Strategi Membangun Loyalitas Pelanggan Di Coffeshop Homeals Bogor”.

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

1. Lingkungan internal seperti suhu ruangan tanpa ac atau, yang masih kurang membuat minat pelanggan kurang merasa nyaman.
2. Lokasi parkir yang terbatas membuat masyarakat enggan datang
3. Kurangnya promosi pada media sosial yang dilakukan oleh manajemen *Coffee Shop Homeals* Bogor.
4. Desain ruangan serta penataan ruangan yang terasa sempit menjadikan jika ramainya pengunjung terasa sesak
5. Posisi yang berada tepat di jalur cepat dan ditikungan jalan

1.3 Pembatasan Masalah

Hasil dari identifikasi masalah yang ada di *Coffee Shop Homemeals* Bogor menunjukkan bahwa permasalahan yang ada cukup banyak. Guna mencegah mengembangkannya penelitian maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Harapannya pemecahan masalahnya lebih terarah. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini hanya pada analisis strategi membangun loyalitas pelanggan di *Coffee Shop Homemeals* Bogor.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor internal apa saja yang meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki *Coffee Shop Homeals*?
2. Faktor-faktor eksternal apa yang meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki *Coffee Shop Homeals*?

3. Alternatif strategi apa saja yang bisa digunakan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di *Coffee Shop Homeals* dengan menggunakan metode Matriks SWOT?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian itu adalah:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor internal apa yang meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki *Coffee Shop Homeals*.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor eksternal apa yang meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki *Coffee Shop Homeals*.
3. Mengetahui prioritas strategi yang dapat menaikkan loyalitas di *Coffee Shop Homeals*.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Dapat digunakan sebagai masukan oleh para pelaku bisnis khususnya yang berhubungan dengan *Coffee Shop* maupun oleh Manajemen *homeals*
2. Membantu pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen serta melengkapi kajian-kajian teori yang telah ada khususnya yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan.
3. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis khususnya di bidang manajemen strategi.

1.7 Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari

kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, devinisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.