

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Sejalan dengan berkembangnya dunia usaha yang berubah sangat cepat serta tingkat persaingan yang semakin tinggi, maka perusahaan-perusahaan harus mengambil keputusan yang tepat untuk meningkatkan kelangsungan dan pertumbuhan usahanya. Secara umum, semua perusahaan mempunyai tujuan atau sasaran yang sama yaitu keberhasilan dan mempertahankan hidup berkembang dan memaksimalkan perusahaan untuk mencapai tujuan tersebut. Pihak manajemen mempunyai peranan dan tanggung jawab yang besar untuk menerapkan kebijakan-kebijakan dan prosedur yang harus dilaksanakan oleh semua pihak sesuai dengan arah yang telah ditetapkan.

Mengingat saat ini ditengah pandemi Covid-19 banyak industri yang terkena dampak penurunan laba, namun salah satu industri yang masih terus berkembang ditengah pandemi Covid-19 ini adalah industri kuliner, dikutip dari New Setup Kontan pada Desember (2021) Kementerian Perindustrian (Kemenperin) menyatakan bahwa industri makanan dan minuman berkontribusi signifikan bagi pertumbuhan ekonomi nasional ditengah pandemi Covid-19. Direktur Jenderal Industri Agro Kementerian Perindustrian, Putu Juli Ardika menyebutkan PDB industri makanan dan minuman tumbuh positif sebesar 3,49% pada kuartal/III 2021, seiring dengan pertumbuhan ekonomi nasional yang kembali tumbuh positif menyentuh angka 3,51% dan sepanjang bulan Januari-September 2021 total nilai ekspor industri makanan dan minuman meningkat 52% dibanding periode yang sama di tahun 2020.

Tak hanya itu, bahkan ditengah pandemi Covid-19 industri kuliner yang masih terus berkembang ini merupakan bisnis yang menjanjikan pasalnya potensi pasar bisnis kuliner sangat besar sebab makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar manusia, artinya setiap hari orang mengkonsumsi makanan serta minuman dan kejadian itu pasti berulang-ulang. Konsumsi yang berulang merupakan potensi pasar yang besar sehingga tercipta permintaan yang luar biasa, maka menjadikan peluang bisnis kuliner tidak ada matinya. Tak hanya potensi pasar yang sangat besar bisnis kuliner memiliki banyak variasi, mulai dari cemilan, minuman, jajanan pasar, aneka lauk, dan makanan berat

ataupun makanan ringan lainnya. Banyaknya variasi akan mempermudah pengusaha untuk mengembangkan dan punya banyak pilihan untuk dijual. Misalnya, memilih salah satu jenis makanan atau minuman yang khas sehingga persaingan tidak ketat dan tercipta pasar yang potensial.

Seperti usaha kedai Kopi Singgah Bogor, merupakan usaha bidang kuliner yang terletak di Jalan Tegal Waru Rt 04 Rw 05 Kecamatan Ciampea Kabupaten Bogor ini menyediakan variasi menu minuman coffee kekinian serta beberapa cemilan sebagai pelengkap dengan pelayanan dalam suasana tidak formal yang dikelola secara komersial. Usaha ini berdiri karena kegemaran dan kecintaan masyarakat kepada kopi, namun tidak sekedar menyediakan kuliner, banyak masyarakat yang menjadikan kedai kopi sebagai tempat berkumpul, bersantai, dan berbincang bahkan sudah menjadi suatu trend masyarakat untuk bersosialisasi. Terlebih jika melihat cara individu mengalokasikan uang dan waktu yang dapat menggambarkan gaya hidup juga terjadi pada fenomena minum kopi di sebuah kedai kopi yang belakangan ini merebak.

Jika dilihat dari segi fasilitas yang ditawarkan, Kopi Singgah Bogor ini memiliki situasi yang sedikit berbeda dengan kedai kopi pada umumnya, dimana konsepnya benar-benar menarik baik untuk kalangan anak muda, dewasa, bahkan para orang tua yang senang menikmati minuman kopi, tak hanya itu lokasi Kopi Singgah ini berada di pinggir jalan raya yang akan memudahkan untuk dikenal dan memudahkan akses konsumen untuk cepat dan mudah menuju lokasi Kopi Singgah. Hal tersebut menjadi salah satu nilai plus Kopi Singgah dengan para kompetitor.

Beberapa kompetitor yang berada disekitaran Kopi Singgah antara lain dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 1.1. Kompetitor di Sekitar Kopi Singgah Bogor**

NO	NAMA KEDAI KOPI	ALAMAT
1	Kopi Klotok	Jl. Raya Cibanteng Cihideung Ilir Ciampea
2	Kedai Kopi Sadulur	Jl. Raya Tanjakan Cinangneng No.52 Ciampea
3	Tempat Teduh	Jl. Raya Cibanteng Agathis No.58 Ciampea
4	Kopi Dari Hati	Jl. Raya Cibanteng No.79 Ciampea
5	Kedai Kopi Pelarian	Jl. Raya Cibanteng Ciampea
6	Kopi Janji Sejiwa	Jl. Raya Cibadak Ciampea
7	Tampomas 88	Jl. Raya Cibanteng Agathis No.11 Ciampea

Sumber: Kopi Singgah Bogor (2022)

Tabel di atas memperlihatkan bahwa jumlah kedai kopi yang ada di sekitaran Kopi Singgah Bogor cukup banyak. Guna memenangkan persaingan bisnis kuliner tersebut maka Manajemen Kopi Singgah Bogor harus terus melakukan berbagai upaya baik yang berhubungan dengan produk maupun pelayanan jasa yang ada. Harapannya para pelanggan Kopi Singgah Bogor akan terus merasa puas dan selalu melakukan pembelian di Kopi Singgah Bogor. Berbagai cara yang harus dilakukan tentunya mengacu kepada bauran pemasaran terhadap Kopi Singgah Bogor. Adapun beberapa hal yang sudah dilakukan oleh Manajemen Kopi Singgah Bogor untuk memenangkan persaingan bisnis kuliner tersebut antara lain berhubungan dengan produk, harga, promosi, dan lokasi.

Dalam hal produk, beberapa strategi yang sudah dijalankan selama ini antara lain menjaga kualitas produk, memperbanyak variasi produk baik makanan maupun minuman, serta masih banyak lain strategi lainnya yang dilakukan oleh Kopi Singgah Bogor. Strategi lainnya yang telah dilakukan adalah dengan mendesain promosi, banyak hal telah dilakukan untuk meningkatkan pelanggan agar melakukan pembelian di Kopi Singgah Bogor, salah satunya adalah dengan melakukan promosi melalui berbagai iklan baik cetak maupun elektronik yang ada di Bogor, pemasangan spanduk, iklan di berbagai media sosial juga dilakukan dengan tujuan untuk menarik minat pelanggan berkunjung ke Kopi Singgah Bogor. Selain yang berhubungan dengan produk, harga maupun promosi, Kopi Singgah Bogor juga melakukan strategi yang lainnya yang berhubungan dengan hal tempat, yang dimana lokasi berdirinya Kedai Kopi Singgah Bogor merupakan lokasi yang sangat strategis dan terletak di pinggir jalan raya.

Namun demikian, walaupun Manajemen Kopi Singgah Bogor telah melakukan banyak hal sehubungan dengan produk, harga, promosi, dan tempat. Namun hal tersebut harus terus dikembangkan karena mengingat dunia usaha yang terus berkembang pesat menjadikan persaingan dunia usaha semakin ketat, oleh karena itu perlu adanya berbagai strategi lainnya yang bisa memperbaiki segala kekurangan yang ada ataupun strategi untuk mengembangkan usaha tersebut. Seperti contoh masih terdapat kekurangan pada bagian tempat kopi singgah seperti ruangan yang masih minimalis tidak terlalu luas, kekurangan pada bagian promosi seperti tidak adanya live music seperti para kompetitor banyak yang menggunakan live music pada kedai kopi nya yang

menjadikan para konsumen tertarik , kekurangan pada bagian produk seperti beberapa bahan baku yang kadang sulit untuk didapatkan, serta kekurangan pada bagian harga seperti tidak diadakannya event dihari-hari besar untuk diskon harga seperti contohnya beli 3 gratis 1 atau pembelian 3 item diskon 10%, dll.

Serta melihat kembali banyaknya kompetitor di sekitar kedai Kopi Singgah, posisi Kopi Singgah belum menjadi kedai terfavorit di masyarakat sekitar. Adapun data kedai kopi terfavorit yang berada disekitar kedai Kopi Singgah versi [www.google.com](http://www.google.com) rating terfavorit kedai kopi di daerah Ciampea Bogor. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 1.2. Kedai Kopi Terfavorit di sekitar Kopi Singgah Bogor**

NO	NAMA KEDAI KOPI	ALAMAT	RATING / ULASAN
1	Kopi Klotok	Jl. Raya Cibanteng Cihideung Ilir Ciampea	4,4 / 422
2	Kedai Kopi Sadulur	Jl. Raya Tanjakan Cinangneng No.52 Ciampea	4,7 / 24
3	Kopi Janji Sejiwa	Jl. Raya Cibadak Ciampea	4,7 / 12

Sumber : [www.google.com](http://www.google.com) rating terfavorit kedai kopi di daerah Ciampea Bogor (2022)

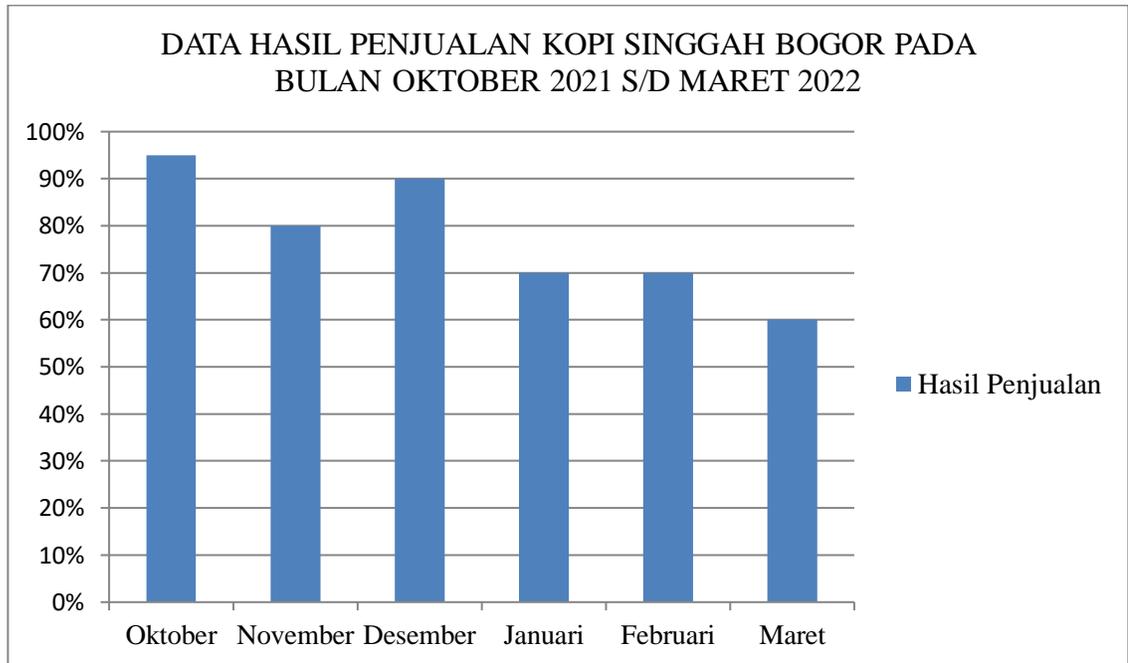
Melihat dari tabel tersebut menunjukkan bahwa posisi kedai kopi terfavorit dengan rating yang bagus daerah ciampea yaitu Kopi Klotok rating 4,4 dengan ulasan sebanyak 422 dan diposisi kedua oleh Kedai Kopi Sadulur rating 4,7 dengan ulasan sebanyak 24 serta rating ketiga oleh Kopi Janji Sejiwa rating 4,7 dengan ulasan sebanyak 12. Sedangkan kedai Kopi Singgah Bogor sendiri belum berada diposisi kedai terfavorit karena merupakan kedai baru maka menjadikan hal tersebut sebagai tantangan untuk bersaing dengan kedai-kedai kopi terfavorit dari data diatas.

Hal ini menunjukkan bahwa kedai Kopi Singgah Bogor belum mendapatkan respon yang positif dari masyarakat sekitar. Oleh karena itu setiap kedai harus mulai memikirkan faktor-faktor penting apa saja yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen secara lebih matang karena kini semakin disadari bahwa bauran pemasaran yang meliputi indikator seperti produk, harga, promosi, dan tempat yang ada merupakan aspek penting dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Namun demikian walaupun manajemen Kopi Singgah Bogor sudah melakukan berbagai upaya dengan berusaha untuk mengoptimalkan bauran pemasaran yang ada

terkait produk, harga, lokasi, dan promosi. Namun pada kenyataannya angka penjualan yang didapatkan semenjak pertama kali dibuka sampai saat ini masih belum maksimal dan konsisten. Hal ini bisa dilihat dari perkembangan hasil penjualan yang didapatkan dimana masih jauh dari yang diharapkan. Di bawah ini penulis sajikan data hasil penjualan di Kopi Singgah Bogor semenjak dibuka pada bulan Oktober 2021 hingga bulan Maret 2022.

**Diagram 1.1 Hasil penjualan Kopi Singgah Bogor**



Sumber : Kopi Singgah Bogor (2022)

Melihat tabel di atas menunjukkan bahwa fluktuasi hasil penjualan Kopi Singgah Bogor tidak selalu stabil bahkan belum mencapai hasil penjualan yang ditargetkan yaitu belum mencapai 100% hasil penjualan. Artinya hasil penjualan di Kopi Singgah belum bagus dan perlu adanya peningkatan-peningkatan untuk menstabilkan hasil penjualan sesuai dengan yang ditargetkan.

Melihat penjelasan di atas, sebagai salah satu upaya untuk menyelesaikan permasalahan yang ada yaitu bagaimana meningkatkan penjualan sehingga menjadikan Kopi Singgah sebagai kedai terfavorit dimasa yang akan datang, maka penulis merasa sangat perlu dan tertarik untuk melakukan penelitian di Kopi Singgah Bogor. Tujuan utamanya adalah untuk mengetahui berbagai faktor-faktor yang mempengaruhi

keputusan pembelian para pelanggan sehingga memilih Kopi Singgah Bogor sebagai salah satu tempat untuk melakukan pembelian.

Guna memperoleh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di Kopi Singgah Bogor dan sebagai upaya untuk melakukan perbaikan dimasa yang akan datang, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Singgah Bogor.**

## **1.2. Identifikasi Masalah**

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

1. Banyaknya kompetitor senior yang lebih dikenal dan eksis dibandingkan dengan Kopi Singgah Bogor, telah menimbulkan persaingan bisnis yang sangat kuat diantara pelaku bisnis kedai kopi di Bogor.
2. Kopi Singgah Bogor merupakan kedai kopi baru yang harus bersaing dengan kedai kopi yang sudah lama berdiri disekitaran lokasi.
3. Permasalahan dalam penyediaan produk di Kopi Singgah yaitu beberapa produk yang sulit didapatkan.
4. Permasalahan dalam harga di Kopi Singgah Bogor yaitu tidak adanya event diskon harga pada peringatan hari-hari besar seperti para kompetitor Kopi Singgah Bogor yang menerapkan diskon harga pada peringatan hari hari besar.
5. Permasalahan dalam promosi tidak adanya live music sebagai faktor ketertarikan para konsumen seperti para kompetitor Kopi Singgah Bogor,
6. Permasalahan pada tempat di Kopi Singgah Bogor yaitu ruangan yang tidak terlalu luas.
7. Brand Kopi Singgah yang belum terlalu dikenal masyarakat sehingga menjadi salah satu faktor para pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian.

## **1.3. Pembatasan Masalah**

Melihat identifikasi masalah yang cukup banyak dan untuk mencegah mengembangkannya penelitian maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas dengan harapannya pemecahan masalahnya lebih terarah. Oleh sebab itu penulis

membatasi penelitian ini hanya pada :

1. Judul penelitian yaitu pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian di Kopi Singgah Bogor.
2. Bauran pemasaran yang dimaksud meliputi indikator secara umum yang di dalamnya terdiri dari produk, harga, promosi, dan tempat sebagai variabel bebasnya dan keputusan pembelian sebagai variabel terikatnya.

#### **1.4. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas maka dapat dibuat perumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk bauran pemasaran yang diterapkan di Kopi Singgah Bogor ?
2. Apakah bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Kopi Singgah Bogor?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan yang sudah dijabarkan dalam rumusan masalah, maka tujuan yang akan diraih dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana bentuk bauran pemasaran yang diterapkan Kopi Singgah Bogor ?
2. Untuk menganalisis dan mengetahui apakah Bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Kopi Singgah Bogor ?

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan  
Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran dan informasi bagi Kopi Singgah Bogor terkait untuk menentukan strategi serta inovasi yang akan digunakan untuk menarik minat beli konsumen di masa yang akan datang.
2. Bagi peneliti  
Sebagai tambahan pengetahuan, sehingga peneliti mengetahui apa manfaat Bauran pemasaran yang meliputi indikator produk, harga, promosi, dan tempat tersebut

mampu menarik minat pelanggan melakukan pembelian atau tidak.

3. Bagi pihak lain

Harapan penulis dari hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan informasi bagi peneliti selanjutnya yang ingin lebih lanjut meneliti terhadap hal-hal yang berhubungan dengan bauran pemasaran serta keputusan pembelian.

### **1.7. Sistematika Penulisan**

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan tugas akhir ini ditulis dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi dan akan membahas latar belakang masalah, tujuan, batasan masalah, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi dan akan membahas teori dasar seperti pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku atau ebook serta membahas hipotesis dari tiap-tiap komponen yang digunakan pada penelitian ini.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini berisi dan akan membahas tentang perancangan dan desain penelitian, tempat dan waktu penelitian serta metode penelitian dan pengolahan data yang digunakan.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi dan akan membahas tentang analisa atas penelitian yang dilakukan Pengujian dari setiap variabel yang digunakan. Sehingga dapat diketahui sejauh mana hasil penelitian tersebut.

#### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisi dan akan membahas tentang simpulan dan saran-saran yang berkaitan dengan penelitian yang sudah dilakukan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Pada bab ini berisi dan akan membahas tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.