

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Peluang bisnis adalah peluang untuk menjalankan bisnis apabila ingin menjalankan bisnis yang menguntungkan maka kita harus menggunakan strategi tertentu. Seorang Pengusaha tidak boleh melewatkan peluang bisnis yang luas ini. Bahwasanya para wirausahawan muda maupun yang sudah bertahun-tahun berkecimpung di dunia bisnis harus memanfaatkan peluang bisnis yang ada untuk menjamin kesuksesan perusahaannya. Terkadang Mereka takut ditakdirkan gagal maka dari itu seorang pengusaha harus memiliki pola pikir yang matang sebagai seorang wirausaha. Tentu saja, kita perlu mempertimbangkan faktor internal dan eksternal ketika mengevaluasi apakah peluang bisnis cocok atau tidak untuk situasi kita.

Faktor internal ini berasal dari dalam diri individu khususnya wirausaha seperti bakat dan minatnya. Dalam memanfaatkan peluang bisnis, kita harus memperhatikan faktor internal yaitu apakah seorang memiliki bakat dan minat untuk menjalankan bisnis pilihan nya. Sebaliknya faktor internal tersebut berasal dari luar diri kita, misalnya lingkungan kita. Dan jika seorang pelaku ingin memanfaatkan peluang bisnis, maka ia harus mempunyai kemampuan analisis yang kuat untuk memanfaatkan peluang bisnis tersebut.

Pengusaha yang bijaksana adalah ketika ia mampu mengembangkan inovasi dan kreativitas dalam kegiatan usahanya dengan melihat peluang usaha yang selalu ada. Tahun ini dan tahun sebelumnya tentunya merupakan peluang besar bagi mereka yang ingin memiliki dan menjalankan bisnis. Pada dasarnya, kegiatan usaha yang menguntungkan didasarkan pada adanya peluang yang besar. Singkatnya, jika perusahaan Anda tidak memiliki peluang yang besar maka bisnis Anda akan sia-sia. Sebab, potensi pasarnya tidak terlalu besar. Pengusaha yang melakukan kegiatan usaha harus bijak dalam mengidentifikasi dan menganalisis peluang pasar. Karena peluang pasar merupakan wilayah yang diperlukan bagi pembeli di mana perusahaan dapat beroperasi secara menguntungkan.

Sebelum berbisnis perlu mempertimbangkan beberapa hal seperti jenis usaha, jenis produk, sasaran konsumen, lingkungan, ancaman dan kelemahan, modal kecil dan risiko modal besar. Karena faktor perkembangan dari tahun ke tahun dan tentunya perubahan gaya hidup masyarakat khususnya di perkotaan yang cenderung mengkonsumsi dan menyukai produk jadi, jumlah pengusaha yang memproduksi produk kopi jadi semakin meningkat. Karena Produk yang menjawab kebutuhan konsumen secara praktis. Yaitu produk kopi yang dikemas dengan baik sehingga menyebabkan peningkatan konsumsi kopi dan perubahan gaya hidup masyarakat, sehingga mendorong berkembangnya wirausaha di sektor kedai kopi. Kita sebagai warga negara Indonesia telah menyaksikan perkembangan kedai kopi modern di pusat-pusat perkotaan karena penduduk perkotaan cenderung mengonsumsi lebih banyak kopi. lebih tinggi dibandingkan di daerah pedesaan yang mayoritasnya menikmati kopi di warung kopi atau (Warkop) di banding menikmati kopi Di café.

Usaha-usaha yang bergerak dalam bentuk kafe, khususnya yang menyajikan kopi, berkembang sangat pesat dan banyak khususnya di kawasan Cibitung. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya ditemukan kedai kopi berukuran kecil hingga besar di dekat Kons3p Cooffee. Terdapat dua atau lebih kafe besar dengan menu dan harga yang sebagian besar hampir sama dan ada juga yang sedikit berbeda. Misalnya GE Coffee Cibitung, Cafe L'VASA, Story Caffe, dan kafe ini terletak tidak jauh dari café Konsep Coffe Cibitung.

Mengingat semakin ketatnya persaingan antar pemilik/pengusaha kafe, maka pengelola harus mampu memasarkan usahanya sedemikian rupa sehingga jumlah konsumennya bertambah, bukan berkurang, dan Pemilik/pengelola harus mampu beradaptasi dengan preferensi dan perilaku. Konsumen memahami orang-orang yang menjadi konsumennya. Selain itu, perlu dipahami situasi perusahaan dan situasi internal sehingga dapat dikembangkan strategi pemasaran yang tepat untuk mempertahankan tingkat permintaan konsumen dan mengelola serta memaksimalkan pendapatan dan keuntungan dengan baik.

Untuk mengatasi persaingan tersebut café Kons3p Kopi, dapat, mengatasi persaingan tersebut dengan Menyusun strategi dengan baik agar Ketika adanya persaingan dapat mengatasi persaingan tersebut dengan baik tanpa adanya keterpurukan usaha tersebut akibat persaingan, cara mengatasi persaingan tersebut Konsep cooffee

ini terus memberikan pelayanan yang baik , memberikan promo di hari hari tertentu serta selalu menjaga dan mempertahankan kualitas rasa serta selalu memberikan kenyamanan kepada pelanggan yang berkunjung ke Café Kons3p Coffe,

Konsep Coffe merupakan kedai coffe yang di dirikan oleh seorang pengusaha muda bernama Al Fuad Hendrawan ia seorang Mahasiswa semester empat di salah satu universitas yang Bernama Universitas Gundadarma Bekasi dengan jurusan Manajemen. Di usianya yang ke 20 tahun ia mendirikan sebuah café yang Bernama Kons3p Coffe yang di dirikan pada tanggal 12 Februari 2022 yang berlokasi di Jln. Selang Ronggeng Wanajaya Kec. Cibitung Kab. Bekasi Jawa Barat. Kedai kopi ini buka setiap hari senin sampai dengan hari minggu kecuali hari jumat Kons3p Coffe tutup. Dan mulai oprasional pada jam 17:00 sampai jam 24:00, instensitas konsumen yang berkunjung ke Kons3p Coffe Sebagian besar merupakan remaja mahasiswa bahkan anak sekolah, selain remaja, mahasiswa, dan anak sekolah, ada pula para pekerja dan orang dewasa yang sudah mempunyai keluarga. Kons3p coffe sendiri tentunya memiliki banyak tantangan di bisnis ini.

Kendala yang pertama banyaknya persaingan khususnya di bidang usaha kopi, seperti GE Coffe Cibitung, Story Caffé Cibitung dan coffe shop lain nya. Kendala yang ke dua terkadang kurang nya karyawan coffe di hari weekend dan di saat bulan Ramadhan sehingga harus mencari pekerja part time untuk mengisi kekurangan Karyawan di Kons3p Coffe tetapi jika hari weekday yang terkadang kunjungan konsumen tidak terlalu ramai Konsep coffe tatap dengan karyawan tetap tersebut. Dengan kendala kendala tersebut maka butuhlah Strategi Pemasaranyang sesuai guna untuk mempertahankan bisnis tersebut.

Bersadarkan beberapa ulasan yang saya dapatkan bersumber dari google maps lokasi Kons3p Coffee menyatakan bahwa 95% kepuasan dan 5% menyatakan belum merasa puas , saya menyimpulkan bahwa 95% Masyarakat khususnya daerah Cibitung sangat senang Ketika berkunjung ke Kons3p Coffe ini dari kalangan anak muda orang dewasa bahkan yang sudah berkeluarga. Karna Kons3p Coffe memiliki tempat yang luas dan tempat nya pun sangat strategis sehingga dengan mudah di temui oleh konsumen yang ingin berkunjung, dan Konsep Coffee juga memiliki lahan parkir yang luas sehingga pengunjung tidak kesulitan untuk memarkirkan kendaraan yang mereka bawa, Kons3p Coffee ini memiliki dua lantai di lantai satu di khususkan bagi yang

tidak merokok agar pengunjung merasa nyaman dan bebas asap rokok, sementara di lantai dua di khususkan bagi pengunjung yang meroko karna di lantai dua memiliki ruangan yang luas serta memiliki balkon yang cukup luas sehingga konsumen merasa lebih leluasa dan bebas saat berkumpul dengan teman teman dan keluarga.

Sementara 5% yang belum merasa Puas yaitu harga yang kurang terjangkau dan tergolong mahal untuk kalangan menengah kebawaah. Selain memiliki ruangan yang luas dan nyaman Kons3p Coffe juga menyediakan berbagai menu minuman coffe dan menu minuman non coffe dan meyediakan beberapa cemilan untuk di nikmati saat bersantai dan berkumpul dengan teman teman bahkan Keluarga.

Café Kons3p coffee memiliki Tingkat penjualan naik turun di setiap bulan nya terlihat jelas dapat di lihat dari grafik yang di tampilkan mulai dari bulan januari 2023 sampai bulan Desember 2023. Penurunan omset perbulan nya terkadang tidak signifikan pendapatan omset yang di peroleh cukup rendah.

Pendapatan Omset Bulan Januari – Desember Tahun 2023(Konsep Coffee Cibitung)

BULAN	OMSET
JANUARI	Rp7.250.000.00
FEBRUARI	Rp5.420.000.00
MARET	Rp3.760.000.00
APRIL	Rp3.952.000.00
MEI	Rp4.480.000.00
JUNI	Rp5.220.000.00
JULY	Rp6.640.000.00
AGUSTUS	Rp. 4.362.000.00
SEPTEMBER	Rp. 8.760.000.00
OKTOBER	Rp 4.120.000.00
NOVEMBER	Rp 4.268.000.00
DESEMBER	Rp 6.240.000.00
Total	Rp 64.472.000.00

1.1. Tabel Omset Caffe Kons3p Coffee Cibitung

Dari data di atas dapat dilihat bahwa omset tertinggi dari Kons3p Coffee Cibitung jatuh pada bulan September dengan jumlah sebesar Rp. Rp. 8.760.000.00 sedangkan omset di bulan Juli berjumlah sebesar Rp6.640.000.00. Omset bulan November mengalami penurunan sebesar Rp. Rp 4.268.000.00 dan Total omset keseluruhan Rp Rp 64.472.000.00. Dari grafik dan tabel di atas bisa disimpulkan bahwa omset Kons3p Coffee mengalami kenaikan dan penurunan harga dan itu adalah hal yang wajar bagi setiap pengusaha,

Berdasarkan kesimpulan di atas maka penulis mengadakan penelitian dengan Judul “**Strategi Pemasaran Upaya Mendorong Daya Tarik Pelanggan Café Di Café Kons3p Coffee Cibitung**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa masalah yang muncul dan dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

1. Kualitas rasa pada produk yang dijual terkadang tidak standar dengan takaran atau racikan coffee yang sudah ditetapkan, sehingga membuat konsumen mengalami penurunan karena kurang merasa puas dengan citarasa coffee tersebut.
2. Harga yang kurang terjangkau dan tergolong mahal bagi kalangan menengah ke bawah.

Dari hasil penelitian dan wawancara langsung. Untuk sejauh ini Kons3p Coffee tidak banyak mengalami kendala dan masalah yang dihadapi.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka batasan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berlingkup pada kegiatan usaha coffee shop.
2. Penelitian ini dilakukan di café Kons3p Coffee Cibitung. Dalam upaya mendorong daya tarik pelanggan, dan sedikit memberi solusi agar konsep coffee dapat mengoptimalkan penjualannya dengan baik,

3. Data penelitian ini di ambil dari data internal dan eksternal yang ada hubungannya dengan strategi pemasaran Upaya mendorong daya Tarik pelanggan di kons3p coffe Cibitung
4. Data penelitian internal dan eksternal di ambil menggunakan analisis SWOT.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah di paparkan di atas, maka rumusan masalah yang di ajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran Upaya mendorong daya Tarik pelanggan di Kons3p Coffe Cibitung ?
2. Stretegi pemasaran apa yang di gunakan oleh Kons3p Coffe Cibitung agar konsumen tetap bertambah? Dan bagaimana menghadapi persaingan dengan coffe yang lain?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di ajukan maka tujuan di adakan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasran yang di lakukan coffe Kons3p Cooffe dalam melakukan Upaya mendorong daya Tarik pelanggan coffe.
2. Membantu Kons3p coffe dalam meningkatkan daya Tarik pelanggan agar sedikit demi sedikit konsumen/pengunjung bertambah.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan Manfaat sebagai Berikut:

1. Bagi Pemilik Kons3p Coffe dan pemilik Usaha Coffe Shop

Dapat di gunakan atau di jadikan sebagai referensi atau pertimbangan dalam mengembangkan Strategi prmasaran Upaya Mendorong daya Tarik Pelanggan dalam menghadapi pesaing.

2. Bagi Peneliti lain

Dapat di gunakan untuk referensi untuk peneliti di bidang yang Relavan atau sama

3. Bagi penulis

Penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan, kualitas keilmuan dari segi teori maupun praktek secara langsung di lapangan.

1.7 Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi, yang di ambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusun laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, Teknik pengumpulan data, devisi oprasional variable dan Teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

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

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan pihak objek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

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