

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan interaksi masyarakat zaman sekarang yang dilakukan di luar rumah diistilahkan sebagai kegiatan “*nongkrong*”. Nongkrong merupakan salah satu aktivitas ringan yang menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat, terutama di Indonesia. Nongkrong berkaitan dengan kegiatan berkumpul, bercanda, bersantai di suatu tempat yang dilakukan sendiri ataupun beramai-ramai ditemani sajian makanan atau minuman dan diiringi perbincangan didalamnya. Nongkrong dapat dilakukan di warung kopi sederhana hingga yang lebih kompleks dapat dilakukan di cafe-cafe sebagai bentuk sosialisai dan tujuan masing-masing individu. Kegiatan seperti ini sebenarnya telah dilakukan oleh masyarakat, baik usia paruh waktu hingga usia remaja bahkan sebelum menjamurnya kafe atau kedai kopi seperti sekarang. Budaya nongkrong di kafe saat ini sangat berkembang dan menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat urban.

Kafe sekarang tidak hanya dianggap sebagai tempat untuk menikmati kopi atau teh, tetapi juga sebagai tempat berkumpul, bersosialisasi, berkeaktivitas, bekerja dan bahkan sebagai *co-working space*. Perubahan model nongkrong ini menyebabkan kebutuhan primer masyarakat tidak hanya cukup pangan, sandang dan papan, tetapi kebutuhan sekunder dan tersier telah berkembang menjadi kebutuhan primer (Riyantie dkk. 2021). Realitas dan fenomena ini mempengaruhi pertumbuhan kafe dan kedai kopi yang berkembang pesat. Pertumbuhan ini juga mendorong kafe dan kedai kopi berlomba-lomba menawarkan suasana dan fasilitas yang dapat menarik perhatian masyarakat, seperti interior yang dapat memanjakan para pengunjungnya dari segi keindahan maupun kenyamanannya, tersedianya menu makanan dan minuman yang bervariasi, serta adanya hiburan live music atau hiburan seni lainnya. Menurut Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (APKRINDO) Jawa Timur, tren pertumbuhan kafe berbasis kopi meningkat 16-18% per tahun belakangan ini, seiring dengan adanya

perubahan gaya hidup (kulinerjatim.com, 2019). Data tersebut mengindikasikan bahwa dengan menjamurnya kemunculan kafe dan kedai kopi baru di Indonesia dibarengi pula dengan kegiatan strategi pemasaran baik dalam bentuk inovasi kemasan produk, promosi hingga penawaran harga spesial untuk para *customer* dalam upaya membangun *brand image* kafe atau kedai kopi. Salah satu kafe yang berada di daerah Kabupaten Jember adalah “*The Anglo Saxon Tavern*”.

The Anglo Saxon Tavern (TAST) merupakan salah satu kafe yang ada di Kabupaten Jember, Jawa Timur. kafe ini pertama kali buka pada bulan September 2015 di Jl. Semeru Utama, Kec. Sumbersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur . *The Anglo Saxon Tavern* mengusung tema *british culture* di era *medieval*. Didukung dengan tampilan interior hiasan dinding dan benda benda *vintage* bertemakan era *medieval* Inggris. TAST menjual beraneka produk makanan seperti, nasi goreng ayam, ayam *blackpaper* dan aneka *snack* (makanan ringan). Sedangkan untuk produk minuman yang dijual *The Anglo Saxon Tavern* seperti, aneka kopi berbahan kopi robusta dan arabika, Aneka minuman susu, coklat dan minuman segar berbahan dasar jeruk dan lemon. *The Anglo Saxon Tavern* mempunyai menu andalan berbahan dasar kopi yang dinamakan “*blackened spirit*”. Mempunyai keunikan dari segi nama dan ciri produknya, yakni kopi *espresso* yang dipadukan dengan *squash* dan soda. Tetapi dari keunggulan produk ini masih terdapat beberapa permasalahan yang ditemui oleh *The Anglo Saxon Tavern*, diantaranya yakni 1) Volume penjualan produk yang fluktuatif dari awal tahun 2023 dalam penjualan kopi dengan nama menu “*blackened spirit*” dimana volume penjualan pada bulan januari mengalami kenaikan dari bulan-bulan sebelumnya sebanyak 16 gelas per bulan , mengalami penurunan di pertengahan bulan april sebanyak 13 gelas per bulan dan mengalami kenaikan penjualan kembali pada bulan Juli sebanyak 15 gelas per bulan 2) Mulai bermunculan usaha sejenis di lingkungan sekitar dan 3) kurang mendapatkan segmentasi pasar yang lebih luas karena *The Anglo Saxon Tavern* hanya dapat meraih pasar dengan usia diantara umur 20 tahun sampai 35 tahun saja.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dapat menjadi dasar pertimbangan peneliti untuk menganalisis lebih lanjut mengenai strategi

pemasaran yang dilakukan *The Anglo Saxon Tavern* di Kabupaten Jember untuk dapat mengembangkan usahanya, bertahan ditengah persaingan usaha yang semakin ketat. Alat analisis yang digunakan dalam menentukan formulasi yang tepat pada *The Anglo Saxon Tavern* dalam memasarkan produknya mulai dari mengevaluasi factor internal (*Internal Factor Evaluation*; IFE) dan mengevaluasi factor eksternal (*External Factor Evaluation*; EFE), menganalisis matriks *Internal Eksternal* (IE), merumuskan alternatif strategi dengan menggunakan matriks SWOT dan prioritas “Strategi Pemasaran *The Anglo Saxon Tavern* di Kabupaten Jember” dengan menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Treath*) pada strategi pemasaran yang tepat untuk *The Anglo Saxon Tavern* di Kabupaten Jember?
2. Bagaimanakah alternatif strategi pemasaran yang tepat pada *The Anglo Saxon Tavern* di Kabupaten Jember?
3. Manakah prioritas strategi pemasaran yang tepat pada *The Anglo Saxon Tavern* di Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dari penelitian yang ingin dicapai penulis sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Treath*) strategi pemasaran *The Anglo Saxon Tavern* di Kabupaten Jember?
2. Merumuskan alternatif strategi pemasaran yang tepat pada *The Anglo Saxon Tavern* di Kabupaten Jember
3. Menentukan prioritas strategi pemasaran yang tepat pada *The Anglo Saxon Tavern* di Kabupaten Jember

1.4 Manfaat

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat kepada :

1. *The Anglo Saxon Tavern*

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi dan bahan pertimbangan bagi pemilik *The Anglo Saxon Tavern* dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan strategi pemasaran, sehingga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

2. Penulis

Penelitian ini merupakan kesempatan bagi penulis untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dalam penerapan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan pada kegiatan ekonomi khususnya yang berkaitan dengan masalah manajemen pemasaran yang terjadi di masyarakat.

3. Pembaca

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya, apabila ingin lebih mendalami terkait strategi pemasaran pada suatu perusahaan agribisnis.