

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Kabupaten Jember merupakan daerah dataran rendah dengan ketinggian rata-rata 83 meter diatas permukaan laut dan merupakan daerah yang cukup subur dan sangat cocok untuk pengembangan komoditi pertanian dan perkebunan, sehingga Kabupaten Jember dikenal sebagai daerah / lumbung pangan dan penghasil devisa Negara (Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Provinsi Jawa Timur, 2013). Perkebunan di Kabupaten Jember terdiri dari beberapa komoditas, yang diantaranya yaitu tebu, kelapa, tembakau, kopi, pinang, kapuk, cengkeh, vanili, jambu mete dan lada. Dari beberapa komoditas tersebut komoditas perkebunan yang paling banyak dihasilkan di Kabupaten Jember yaitu Kopi.

Kopi merupakan komoditas hasil perkebunan yang termasuk bahan penyegar, tetapi juga bisa digolongkan sebagai komoditas perkebunan tahunan (Saolan, dkk 2020:338). Jember merupakan salah satu daerah yang dikenal sebagai penghasil kopi unggulan dengan produk komoditas kopi yang berkualitas. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Timur, pada tahun 2022 mencapai 11.000 ton kopi. Kecamatan Silo menjadi daerah dengan luas areal perkebunan kopi terbesar di Kabupaten Jember. Total areal tanaman kopi di Silo pada 2019 lalu mencapai 2.133 hektar sementara untuk Kabupaten Jember sendiri secara keseluruhan tercatat di angka 6.629,08 hektar. Luasan tanaman kopi di Jember pada 2019 naik dua kali lipat dibandingkan 2018, yang hanya berada di luasan 3.149,53 hektar. Silo adalah daerah paling luas untuk tanaman kopi, tetapi untuk produktivitasnya masih tak sebanding dengan luasannya. Data Badan Pusat Statistik (BPS) Jember dalam angka 2020 pada 2019 produksi kopi tertinggi justru dipegang oleh Kecamatan Sukorambi dengan total 1.790 ton dari luasan tanaman kopi yang hanya 215 hektar saja. Perkembangan bisnis saat ini di Kabupaten Jember semakin berkembang pesat

seiring perkembangan zaman. Dapat dilihat dari semakin banyaknya para pengusaha yang mendirikan bisnis, terutama bisnis di bidang *Food and Beverage* (FnB). Faktor pendukung perkembangan bisnis *Food and Beverage* (FnB) di Jember yaitu melimpahnya ketersediaan bahan baku yang ada di Kabupaten Jember itu sendiri.

*Food and Beverage* (FnB) yang sedang menjadi trend bisnis di Kabupaten Jember saat ini yaitu *Coffe Shop*. Keberadaan *Coffe Shop* di Jember saat ini semakin menjamur penyebabnya karena Jember sendiri merupakan Kota pelajar atau Kota yang memiliki banyak institusi pendidikan, Sehingga membuat Jember menjadi sasaran empuk bisnis *Coffe Shop*. *Coffe Shop* tidak hanya digunakan sebagai tempat berkumpul namun juga dapat dijadikan tempat belajar, bahkan bekerja, sehingga sasaran pasar *Coffe Shop* tidak lagi hanya anak muda, namun dapat diterima oleh berbagai kalangan.

Bisnis *Coffe Shop* sejenis yang berdiri di Jember yaitu seperti Beli Kopi, Kesuwon Kopi, Kopi Janji Jiwa, PesenKopi. Kedai PesenKopi merupakan *Coffe Shop* yang berdiri pertama kali di kota Malang pada tahun 2018. Kedai PesenKopi memiliki cabang yang tersebar di beberapa Kota seperti Surabaya, Sidoarjo, Pasuruan, Batu, Jember, Nganjuk, Madiun, Bojonegoro. Keberadaan *Coffe Shop* membuktikan bahwa hingga saat ini sangat diminati oleh pasaran. Salah satu cabang PesenKopi berada di Kabupaten Jember berlokasi di jalan Kalimantan Kecamatan Sumbersari. Usaha kopi (*coffe shop*) kedai kopi merupakan salah satu usaha yang termasuk kedalam CV (badan usaha yang didirikan oleh minimal dua orang yang berbagi peran) pemilik atau owner PesenKopi bernama Reinukky. Persaingan antara *Coffe Shop* yang ada di Jember berjalan sangat ketat dengan adanya persaingan perusahaan yang sejenis mengakibatkan para pengusaha harus mengeluarkan keunggulan dari masing-masing produk agar daya tarik bagi konsumen tinggi. Kedai PesenKopi memiliki kebijakan perusahaan (*coffe shop*) berupa SOP, peraturan karyawan dll. Kebijakan ini di tetapkan langsung oleh pemilik usaha PesenKopi yang berpusat di Malang konsumen ditawarkan dengan berbagai aneka menu dan harga yang beragam. Harga menu dari Kedai PesenKopi ini juga relatif murah mulai dari Rp. 8.000 – Rp. 13.000 400ml. Produk Kedai

PesenKopi Per Hari bisa Terjual sebanyak 200-300 Cup dengan Produk best Seller Kopi susu creamy/strong dan kopi susu peach/caramel sedangkan untuk dari aneka cemilan produk paling best seller yakni cireng dan waffle pancong. Cabang PesenKopi yang ada di Jember terdapat 2 cabang yakni di jalan PB Sudirman No.02 Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember dan di jalan Kalimantan Kecamatan Summersari Kabupaten Jember lebih tepatnya berada di lingkungan Kampus Universitas Jember Dan Politeknik Negeri Jember.

Fenomena bisnis saat ini persaingan didunia usaha *coffe-coffe shop* yang terjadi semakin ketat dan tidak dapat ditebak sehingga pemilik Kedai PesenKopi harus memiliki strategi yang tepat agar dapat mengimbangi pesaing. Faktor-faktor yang mempengaruhi persaingan yaitu kemiripan produk dan harga kompetitif. Pemilik *coffe shop* PesenKopi perlu memahami faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dari kondisi tersebut pemilik PesenKopi harus mengatur strategi dan benar-benar paham dengan kondisi pasar yang akan dihadapi. Faktor-faktor yang dapat dipertimbangkan oleh PesenKopi untuk dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah bauran pemasaran.

Menurut Kotler (2005) dalam Rustiray, dkk (2021:26) mendefinisikan Bauran pemasaran sebagai suatu campuran dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh suatu perusahaan untuk mengejar penjualan yang diinginkan dalam segmen pasar atau konsumen. Menurut Dewi dan Sutanto (2018) dalam Ridyaningsih (2021:1) Bauran pemasaran adalah proses penggabungan dalam strategi pemasaran yang disesuaikan dengan kondisi masing-masing perusahaan yang terstandarisasi dengan produk, harga, promosi dan lokasi. Variabel bauran pemasaran mencakup 4P yang terdiri dari *Product* (produk), *Price* (harga), *Promotion* (promosi), dan *Place* (lokasi).

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk pengadaan, penggunaan atau pemanfaatan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen menurut Kotler dan Armstrong (2012) dalam Kanter, dkk (2022:1557). Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh sebuah produk atau jasa sebagai imbalan atas

kepemilikan atau manfaat yang diperoleh dari produk atau jasa menurut Kotler dalam Herlambang (2014:47). Promosi adalah rangkaian aktivitas yang bertujuan untuk berkomunikasi, memberikan informasi tentang suatu produk agar mereka mengakui nilai unggul produk tersebut menurut Suryadi (2011:8) dalam Erlangga, dkk (2020:198). Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya menurut Alma (2009:103) dalam Sekartiningsih, dkk (2018:5). Keputusan Pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Faktor yang mempengaruhi konsumen melakukan pembelian biasanya mempertimbangkan kualitas, harga, dan produk sebelum memutuskan untuk membeli Kotler (2022) dalam Erlangga, dkk (2020:198)

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk meneliti Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai PesenKopi (Cabang Jalan Kalimantan) Di Kabupaten Jember. Agar nantinya peneliti dapat memberikan saran dan masukan terhadap Kedai PesenKopi terkait dengan variabel mana yang paling dominan atau yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian sehingga dapat memberi atau memunculkan strategi yang baru di tengah maraknya *coffe-coffe shop* lainnya untuk bersaing di pasaran.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berikut rumusan masalah yang dapat dirumuskan dari uraian latar belakang diatas yaitu:

1. Apakah bauran pemasaran berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian pada Kedai PesenKopi (Cabang Jalan Kalimantan) Kabupaten Jember ?
2. Apakah produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai PesenKopi (Cabang Jalan Kalimantan) Kabupaten Jember ?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai PesenKopi (Cabang Jalan Kalimantan) Kabupaten Jember ?

4. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai PesenKopi (Cabang Jalan Kalimantan) Kabupaten Jember ?
5. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai PesenKopi (Cabang Jalan Kalimantan) Kabupaten Jember ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka didapat tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh secara serempak bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada Kedai PesenKopi (Cabang Jalan Kalimantan) Kabupaten Jember.
2. Untuk menguji dan menganalisis produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai PesenKopi (Cabang Jalan Kalimantan) Kabupaten Jember.
3. Untuk menguji dan menganalisis harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai PesenKopi (Cabang Jalan Kalimantan) Kabupaten Jember.
4. Untuk menguji dan menganalisis lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai PesenKopi (Cabang Jalan Kalimantan) Kabupaten Jember.
5. Untuk menguji dan menganalisis promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai PesenKopi (Cabang Jalan Kalimantan) Kabupaten Jember.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian diatas diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan dan pertimbangan bagi Kedai PesenKopi dalam mengambil kebijakan untuk menentukan bauran pemasaran yang tepat.

2. Bagi Penulis

Bagi penulis diharapkan penulisan skripsi ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman yang terjadi di lapangan mengenai pengaruh bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Kedai PesenKopi.

3. Bagi Peneliti Berikutnya

Semoga hasil dari penulisan ini dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan serta bisa menjadi sebagai refrensi atau bahan masukan dalam penelitian pada waktu yang akan datang.