

BAB. 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komoditas kopi memegang peranan penting bagi sumber pendapatan devisa negara dan sumber penghasilan petani kopi di Indonesia bagi tidak kurang dari satu setengah juta jiwa. Menurut Direktur Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia (dalam Kopi, 2012) Keberhasilan agribisnis kopi membutuhkan dukungan semua pihak yang terkait dalam proses produksi kopi, pengolahan dan pemasaran komoditas kopi. Upaya meningkatkan produktivitas dan mutu kopi terus dilakukan sehingga daya saing kopi Indonesia di pasar dunia tetap tinggi. Pembangunan perkebunan kopi memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada para pekebun bahwa kopi dapat menjadi komoditas andalan ekspor dan sumber pendapatan devisa Negara. Meskipun demikian, komoditas kopi seringkali mengalami fluktuasi harga sebagai akibat ketidakseimbangan antara permintaan dan persediaan komoditas kopi di pasar dunia.

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing (Kotler, 1996). Pengambilan keputusan pembeli dipengaruhi kemampuan perusahaan menarik pembeli, dan selain itu juga dipengaruhi faktor-faktor diluar perusahaan

Pada dasarnya bisnis dalam dunia kuliner atau makanan mempunyai kecenderungan untuk terus meningkat dan berkembang sesuai dengan kemauan konsumen, sehingga suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang kuliner harus di tuntut untuk mengikuti perkembangan zaman. Dalam segi kuantitas maupun

segi kualitas perusahaan yang bergerak dalam bidang kuliner harus lebih memperhatikan keunikan pada produk yang akan dipasarkan pada konsumen.

Perkembangan kedai kopi modern ini dapat terlihat di pusat-pusat perkotaan karena produk perkotaan memiliki sikap konsumtif yang lebih tinggi dibandingkan dengan penduduk pedesaan. Kebutuhan konsumen terhadap makanan, kepraktisan, dan adanya sikap konsumtif pada saat ini, menyebabkan muncul dan berkembangnya kedai kopi atau warung kopi yang menyediakan kebutuhan pangan penduduk secara praktis. Banyak pengusaha kedai kopi yang menyadari peluang bisnis ini di kabupaten 5 jember. Hal tersebut mengakibatkan peningkatan jumlah kedai kopi di jember. Berbagai macam kedai kopi modern dapat kita temukan diberbagai pusat perbelanjaan atau lokasi tertentu di jember.

Peningkatan permintaan terhadap minuman kopi dan tren minum kopi yang semakin berkembang membuat semakin banyak pengusaha yang coba masuk ke dalam industry kedai kopi modern ini. Salah satu contoh di kawasan jl. Mastrip yang merupakan komplek ruko seperti resto makan, café, barbershop dan kedai kopi, disini juga terdapat salah satu kedai kopi yang terdapat di salah satu pusat perkampusan yang sangat strategis. Sehingga sangat mudah bagi konsumen mendatangi kedai ini. Terdapat kedai kopi di Kabupaten Jember yang termasuk pelopor kedai kopi modern yang didirikan oleh salah seorang yang cukup terkenal yaitu pesinetron Riza Shahab yang dikenal sebagai pecinta kopi sejati. Aktifitasnya sebagai actor membuat riza tak bisa jauh dari segelas kopi. “Ya setiap di lokasi syuting sampai malam. Kalau minum kopi itu ada kekuatan tersendiri,” aku Riza. Kegemaran aktor yang ingin bernaung di Headline Management ini rupanya jadi acuan Riza membuka kedai kopi. Menggunakan konsep kekinian, Riza akan menyasar kalangan anak muda di Jember, Jawa Timur. Kedai kopi Riza akan diberi nama kesuwon. Demi terciptanya cita rasa kopi nikmat di kedainya, Riza belajar meracik kopi di tempat khursus barista ternama di kota Jawa Timur. Kopi yang akan digunakan nantinya Riza akan memanfaatkan kopi lokal, terutama yang berada di jember. Jika di minta untuk memilih kopi yang baik dan enak, Riza mengatakan bahwa selera setiap orang

berbeda. Namun ia juga akan mengikuti taste yang ada di pasaran. Seperti ia lebih menyukai rasa kopi arabika yang gak terlalu pahit tapi ada rasa asamnya.

Corner Coffee Shop adalah salah satu kedai kopi yang berada di Jember. Kedai Kopi ini sudah ada semenjak Maret 2020 yang berlokasi di Jl. Kaliurang No. 1 Krajan Barat Sumbersari Jember. Corner Coffee Shop menggunakan konsep yang cukup menarik yaitu konsep Booth Container semi terbuka. Corner Coffee merupakan coffee shop yang menyajikan salah satu varian kopi robusta yang sekarang menjadi tren di kalangan pecinta kopi dan beberapa varian rasa yang kekinian.

Ada banyak faktor yang menentukan kesuksesan suatu usaha seperti harga, produk, dan lokasi. Yang pertama adalah ketepatan lokasi. Lokasi yang di pilih oleh pemilik Corner Coffee ini ada di lingkungan kampus Jember. Ketepatan pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh seorang pengusaha sebelum membuka usahanya. Di samping itu, pemilihan lokasi dinilai sangat penting untuk melakukan suatu usaha. Faktor lokasi berpengaruh terhadap keputusan yang diambil konsumen untuk membeli suatu produk. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha. Sebelum seseorang atau sekelompok orang memutuskan untuk makan atau minum disebuah café / kedai, mereka akan mempertimbangkan lokasi tempat café / kedai tersebut.

Yang kedua adalah penetapan harga. Variabel harga ini menjadi element utama untuk dapat bersaing dengan kompetitor, harga yang di tentukan Corner Coffee jauh di bawah kompetitor yaitu Rp.8.000. Penetapan harga merupakan salah satu faktor yang harus dipertimbangkan oleh seorang pengusaha dalam menetapkan harga dari suatu produk atau jasa yang dijual / ditawarkan. Karena harga sendiri adalah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk. Harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan konsumen, konsumen akan memilih produk atau harga yang ditawarkan yang menurutnya sesuai dengan manfaat, nilai dan kualitas dari produk atau jasa serta konsumen memperoleh kepuasan dari produk atau jasa tersebut.

Yang ketiga adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan faktor utama yang harus diperhatikan oleh seorang pengusaha untuk memuaskan konsumen dalam menggunakan produk yang ditawarkan. Karena jika konsumen merasa puas dengan kualitas produk yang ditawarkan maka konsumen kemungkinan besar akan kembali membeli produk tersebut dan itu berpengaruh kepada tingkat penjualan dari pengusaha. Produk yang di tawarkan Corner Coffee ini cukup beragam. Mulai dari minuman Kopi, Non Kopi, maupun snack ringan. Varian rasa yang di tawarkan disini pun beragam, dengan tujuan untuk menarik konsumen untuk mencoba produk Corner Coffee lebih banyak dan memiliki banyak pilihan rasa. Sehingga tidak membuat jenuh atau bosan kepada produk Corner Coffee.

Setiap bulannya, penikmat kopi di Corner Coffee mengalami fluktuatif konsumen. Berikut ini adalah Tabel 1.2 dapat dilihat jumlah pelanggan yang datang setiap bulannya.

Tabel 1. 1 Jumlah Konsumen Corner Coffee dalam 4 bulan terakhir

BULAN	JUMLAH KONSUMEN (CUP)
Maret	561
April	598
Mei	354
Juni	546

Sebagai coffee shop yang masih tergolong baru, Corner Coffee membutuhkan informasi mengenai konsumen untuk bertahan di tengah persaingan usaha restoran dan untuk mengetahui keadaan pasar serta untuk meningkatkan jumlah pelanggan untuk mencapai targetnya. Informasi ini mencakup mengenai karakteristik konsumen dan faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian produk dan jasa. Latar belakang konsumen yang beragam menyebabkan adanya perbedaan dalam proses keputusan pembelian konsumen karena adanya perbedaan pengaruh lingkungan, perbedaan individu dan perbedaan psikologis dari masingmasing konsumen.

Di samping itu perbedaan karakteristik konsumen seperti jenis kelamin, usia, status pernikahan, pendidikan, pekerjaan dan sebagainya juga akan menyebabkan preferensi konsumen satu dengan konsumen lainnya berbeda. Konsumen yang semula tidak terlalu kritis dan hanya menggunakan harga dan citarasa makanan yang ditawarkan sebagai tolak ukur dalam keputusan pembelian, kini dapat berubah menjadi lebih selektif. Tidak hanya dari segi harga dan citarasa makanan, tetapi juga dari segi kualitas pelayanan, nuansa tempat dan fasilitas yang akan didapat oleh konsumen dari sebuah restoran atau coffee shop. Hal ini membuat persaingan coffee shop menjadi semakin ketat dan tidak hanya bersaing pada menu makanan dan harga, tetapi pada penggunaan atribut lain untuk menarik konsumen dan menentukan preferensi konsumen, seperti membuat restoran dengan layout yang menarik, menyediakan lahan parkir yang luas, menciptakan suasana restoran yang nyaman dan lain-lain.

Setiap usaha memiliki kelemahan dan kelebihan yang menjadi pembeda antara produk satu dan produk yang lainnya. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh (Kotler 1997) yang membahas tentang Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle). Dimana dalam teori tersebut dinyatakan bahwa setiap produk mempunyai tahapan masing-masing. (1) Tahap Perkenalan (Introduction). (2) Tahap Pertumbuhan (Growth). (3) Tahap Kedewasaan (Maturity). (4) Tahap Penurunan (Decline), disimpulkan bahwa setiap usaha harus selalu dituntut untuk terus kreatif dan berkembang sesuai dengan perkembangan zaman, sehingga dapat bersaing dengan para pesaingnya secara sehat dan kompetitif. Usaha kuliner “CORNER COFFEE SHOP” sendiri merupakan salah satu usaha kopi yang sedang marak di Kota Jember saat ini. “Corner Coffee Shop” melakukan penerapan dari bauran pemasaran (Marketing Mix), yakni product (produk), Price (harga), Promotion (promosi), dan Place (tempat). Berdasarkan dengan latar belakang yang diuraikan, maka penelitian ini dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Corner Coffee Shop di Kabupaten Jember”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah bauran pemasaran berpengaruh secara serempak pada keputusan konsumen dalam membeli produk Corner Coffee Shop di Kab. Jember?
2. Apakah bauran pemasaran berpengaruh secara parsial pada keputusan konsumen dalam membeli produk Corner Coffee Shop di Kab. Jember?
3. Variabel bauran pemasaran manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian produk Corner Coffee Shop di Kab. Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh secara serempak pada bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk Corner Coffee Shop di Kab. Jember.
2. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh secara parsial pada bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk Corner Coffee Shop di Kab. Jember.
3. Untuk menganalisis dan menguji variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk Corner Coffee Shop di Kab. Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Pihak Corner Coffee Shop, manfaat dari penelitian ini adalah agar pihak dari yang diteliti dapat mengerti tentang strategi apa saja yang harus dilakukan agar dari produk Corner Coffee Shop dapat lebih dikenal dipasaran, serta dapat menjadikan bahan informasi dana masukan bagi pihak Corner Coffee Shop agar memenuhi kepuasan konsumen.

2. Bagi pengusaha yang ingin mendirikan usaha kedai kopi lainnya, manfaat dari penelitian ini agar pengusaha yang ingin mendirikan usaha tersebut dapat menjadikan penelitian ini menjadi sumber informasi agar dapat belajar untuk membuat dan mendirikan kedai kopi agar dapat diminati oleh masyarakat.
3. Bagi penulis atau peneliti, manfaat dari penelitian ini adalah agar dapat mendapat pengetahuan di bidang pemasaran, serta dapat dijadikan suatu pengalaman dari penelitian yang diteliti pada Corner Coffee Shop di Kabupaten Jember.