

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia warung adalah tempat minum kopi yang pengunjungnya dihibur dengan fasilitas seperti wifi dan free cargher, atau tempat minum yang pengunjungnya dapat memesan minuman, seperti kopi, teh dan kue-kue atau juga disebut dengan kedai kopi (*coffee shop*).

Kedai kopi menjadi salah satu bisnis di bidang kuliner yang tidak pernah habis peminatnya. Semenjak pandemi, banyaknya kedai kopi yang cukup sering dikunjungi oleh masyarakat, baik hanya sekedar duduk santai menikmati suasana hingga yang memesan minuman untuk takeaway. Berbeda dengan Cafe, Kedai kopi juga bisa disebut coffe shop, yakni sebuah tempat usaha yang tidak hanya menjual kopi, tapi juga berbagai makanan.

Bisnis kedai kopi di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat. Hal ini dapat dilihat dari konsumsi kopi domestic Indonesia yang terus meningkat. Menurut data Internasional Coffe Organization (ICO), konsumsi kopi global mencapai 166,35 juta kantong berukuran 60 kilogram pada periode 2020/2021. Jumlah itu meningkat 1,3% dibandingkan periode sebelumnya sebanyak 164,2 juta kantong berukuran 60 kilogram. Indonesia menjadi negara dengan konsumsi kopi terbesar kelima di dunia pada 2020/2021. Jumlahnya sebanyak 5 juta kantong berukuran 60Kg.

Tabel 1.1 Data jumlah cafe di wilayah kabupaten Bekasi Tahun 2017-2021

Tahun	2017	2018	2019	2020	2021
Jumlah Café	93	200	200	200	981

Sumber : Open Data Jabar (2023)

Berdasarkan tabel 1.1 dalam kurun waktu 5 tahun terakhir sejak tahun 2017 khususnya di kabupaten Bekasi sedang mengalami tren kedai kopi, perkembangan kedai kopi yang terdaftar pada Open Data Jabar pada tahun 2017 sebanyak 93, tahun 2018 sebanyak 200, tahun 2019 sebanyak 200, tahun 2020 sebanyak 200 dan terus meningkat sampai mencapai total 981 secara keseluruhan pada tahun 2021.

Melihat gejala persaingan yang ada pelaku usaha kedai kopi dituntut untuk memperhatikan strategi pemasaran yang akan mempertahankan usahanya, karena strategi pemasaran adalah kunci untuk meraih tujuan organisasi untuk menjadi lebih efektif daripada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar.

Penyebab utama terjadinya persaingan kedai kopi di cikarang yaitu peningkatan peluang usaha yang sangat pesat dan memiliki prospek yang sangat menguntungkan, sehingga sangat diperlukan perkembangan usaha agar mampu bersaing dengan memanfaatkan peluang usaha yang ada. Dengan adanya kedai kopi yang berdampingan yang berada di Kawasan Jababeka Cikarang mengakibatkan omset Kedai Kopi Just Shake x Lekker yang diperoleh semakin berkurang. Berikut data daftar kedai kopi yang berada di Cikarang :

Tabel 1.2 Data Omset Kedai Kopi Just Shake x Lekker

Tahun	Omset	Perkembangan Penjualan %
2020	Rp 188.700.000	-
2021	Rp 224.514.500	18,9%
2022	Rp 235.742.000	24,9%

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Berdasarkan dari permasalahan yang telah dipaparkan di atas sehingga penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Pada Kedai Kopi Just Shake x Lekker”. Perlu penulis membatasi permasalahan yang akan digunakan dalam penelitian yaitu strategi pemasaran yang digunakan Just Shake x Lekker yang sudah banyak di temukan di Cikarang.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut pada beberapa pembahasan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Tingkat konsumsi masyarakat kepada kopi membuat persaingan di industri Kedai Kopi jadi meningkat, hal ini terlihat dengan banyak berdirinya kedai kopi dari merek lain.
2. Kedai kopi hanya sekedar trend atau tidak, dengan melihat pertumbuhannya yang semakin menjamur di Indonesia.
3. Adanya hambatan dalam penerapan strategi pemasaran.

1.3 Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada di Just Shake x Lekker menunjukkan bahwa permasalahan yang ada cukup banyak. Guna mencegah mengembangkannya penelitian maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini hanya pada Strategi Pemasaran Pada Kedai Kopi Just Shake x Lekker.

1.4 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi pemasaran kedai kopi berdasarkan hasil analisis SWOT ?

1.5 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi pemasaran kedai kopi berdasarkan hasil analisis SWOT.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharap mampu memberikan manfaat dan solusi terkait Strategi Pemasaran guna meningkatkan penjualan, serta membangun dan mempertahankan citra perusahaan yang baik, mendapatkan konsumen yang loyal serta dapat menghadapi persaingan yang ketat antar kedai kopi.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian merupakan salah satu sarana menyelesaikan suatu permasalahan di suatu daerah. Penelitian ini diharap mampu dapat memberikan masukan terhadap pemasaran kedai kopi just shake x lekker.

3. Manfaat Ilmiah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat guna penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pemasaran kedai kopi just shake x lekker di dalam suatu wilayah.

1.7 Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan baku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian. Sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

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

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

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

DAFTAR PUSTAKA

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