

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini perkembangan dunia usaha penyajian makanan dan minuman ( *food service* ) membawa para pelaku dunia usaha tersebut persaingan yang sangat ketat untuk mendapatkan konsumen . Persaingan ini membuat para pelaku dunia usaha berlomba – lomba dalam memberikan pelayan yang terbaik agar para konsumen dapat memperoleh kepuasan yang diinginkan. Persaingan dalam dunia bisnis terjadi pada berbagai bidang, dan salah satunya terjadi pada bidang bisnis kuliner khususnya bisnis *café* dan restoran.

Pada awalnya *café* dikenal sebagai kedai kopi sebelum akhirnya dikenal dengan sebutan *café*. Kedai kopi pertama di dunia yang tercatat diketahui muncul pertama kali pada tahun 1475 yang terletak di kota Istanbul, Turki. Kedai kopi pertama yang buka dan melayani pelanggannya dengan kopi khas Turki tersebut bernama Kiva Han. Pada masa itu, kopi merupakan salah satu unsur penting dalam kebudayaan Turki. Cara penyajian kopi di Turki memiliki ciri khas tersendiri, yaitu dengan memasaknya menggunakan *ibrik* (pot ala Turki) dan budaya ini masih diterapkan hingga saat ini.

Istilah *café* (kafe) berasal dari kata *coffee* yang berarti kopi. Istilah ini muncul pada abad ke-18 di Inggris tepatnya pada tahun 1839 dengan nama *cafeteria* dalam bahasa Amerika English yang berasal dari bahasa Mexican Spanish untuk menyebutkan sebuah kedai kopi. Kopi sendiri pertama kali masuk ke Eropa pada tahun 1669 ketika itu salah satu utusan Sultan Muhammed IV berkunjung ke Paris, Perancis, dengan membawa berkarung-karung biji misterius yang saat ini dikenal dengan nama kopi. Ketika utusan Sultan meninggalkan Paris pada tahun berikutnya, kebiasaan menikmati kopi pun menjadi mode tersendiri bagi para bangsawan Paris. Kedai kopi pertama yang didirikan di Perancis berdiri di Quai de Evole oleh seorang pemuda asal Armenia bernama Pascal, ia menjual secangkir kopi dengan harga dua sol, enam dernier (sekitar dua penny Inggris).

Permasalahan yang dihadapi oleh kedai kopi milik pascal pada masa itu yaitu masih terbatasnya bahan baku, serta banyaknya usaha yang berjalan dibidang yang sama.

Di Indonesia diketahui terdapat warung kopi legendaris yang sudah berdiri sejak tahun 1878 yang bernama Tek Sun Ho atau Warung Tinggi. Warung Tinggi didirikan oleh Liauw Tek Soen di Jalan Moolen Vhiet Oost (Batavia) yang sekarang dikenal dengan Jalan Hayam Wuruk. Menu yang terkenal dari kedai kopi ini adalah Kopi Jantan dan Kopi Betina. Kopi Jantan terkenal dengan rasa yang begitu kuat dan memiliki efek meningkatkan vitalitas kaum pria, sedangkan Kopi Betina memiliki rasa yang tidak terlalu kuat dan digemari oleh para anak muda. Sejak tahun 1998, Warung Tinggi dikelola oleh Angelica Widjaja yang merupakan generasi kelima dari pendiri warung kopi tersebut. Dibalik kesuksesan Warung Tinggi juga terdapat permasalahan seiring dengan berkembangnya zaman dan selera pasar. Permasalahan yang kini dihadapi yaitu semakin menjamurnya bisnis usaha yang berjalan dibidang yang sama, serta semakin berkembangnya inovasi baru yang dikembangkan oleh para pesaingnya. Warung Tinggi dituntut untuk mengikuti perkembangan yang terjadi agar tidak tertinggal dari para kompetitor mereka, tetapi tanpa menurunkan kualitas produk yang mereka punya .

*Café* yang ingin peneliti teliti adalah Daily Coffe yang berlokasi di Jalan Raya St. Cakung No.16 RW 03, Pulo Gebang, Kec. Cakung , Kota Jakarta Timur .Usaha yang telah berdiri sejak September 2017. Daily Coffe Cakung menawarkan jenis makanan dan minuman yang tidak jauh berbeda dengan *café* lainnya yang ada di daerah Cakung dan sekitarnya. Kedai ini menyediakan fasilitas tambahan seperti wifi, dekorasi dengan memiliki tema yang unik, beberapa spot foto dan juga majalah & buku bacaan untuk menarik minat para konsumen. Harga makanan dan minuman yang ditawarkan juga cukup bervariasi, mulai dari makanan yang memiliki kisaran Rp. 15.000 – Rp. 25.000 per porsi, sedangkan minuman hanya sekitar Rp. 10.000 – Rp. 25.000 per gelas.

Pemilik Daily Coffe bernama Firman Setiawan. Daily Coffe menawarkan menu yang hampir sama dengan *café* pada umumnya. Hanya saja terdapat makanan yang menjadi menu andalan dari Daily Coffe yaitu “Savory and Sour”

yang memiliki banyak rasa, gurih, asam, manis dan teksturnya creamy. Hospitality menjadi point utama Daily Coffe karena dimana semua yang datang ke Daily Coffe diusahakan agar tidak ada perbedaan antara customer dengan barista tujuannya adalah agar terjadi komunikasi yang baik antara konsumen dan barista. Sehingga bias mejadi teman baru atau sekedar teman untuk berbagi cerita. Daily Coffe memiliki dekorasi yang mengambil tema klasik dan modern hal ini yang menjadii daya tarik tersendiri bagi konsumen. Akses Daily Coffe juga sangat mudah, karena terletak pada pinggir jalan raya dan dekat dengan stasiun kereta api. Mayoritas pelanggan yang berbelanja di Daily Coffe adalah anak muda, selain itu tidak sedikit juga pegawai kantor yang datang untuk sekedar *hangout* atau melakukan *meeting*.

Sejak pertama kali berdiri, Daily Coffe mengalami pasang surut dalam perjalanannya, Daily Coffe mengalami penurunan pendapatan sejak pertama pada bulan juli tahun 2019. Hal ini dikarenakan semakin menjamurnya bisnis café di Indonesia. Saat ini lebih dari 10 café ada di cakung yang diprediksi akan terus tumbuh hingga beberapa tahun kedepan. Selain semakin banyaknya café yang memperketat persaingan.

Hasil survey awal yang dilakukan peneltiti yaitu melakukan wawancara terhadap pemilik dan barista Daily Coffe, mengungkapkan bahwa sejauh ini Daily Coffe sudah memberikan pelayanan yang baik, kesan serta pengalaman kepada konsumen yang dapat menyentuh emosi konsumen dalam menciptakan pengalaman – pengalaman yang positif selama konsumen mengunjungi Daily Coffe dengan tujuan untuk memberikan pengalaman yang positif, memberikan kenyamanan, serta membuat konsumen merasa dekat dengan *cafe*, hal ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil survey awal tersebut didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan salah satu konsumen yang sedang mengunjungi Daily Coffe menyatakan bahwa sejauh ini Daily Coffe sudah memberikan pelayanan yang cukup baik. Selain itu konsumen menyatakan bahwa dekorasi interior serta eksterior terlihat unik, bersih dan sejuk.

Masalah pertama yang terjadi di Daily Coffe yaitu pada sistem kerja mereka. Idealnya setiap perusahaan pasti memiliki tugas harian (*job description*)

mengenai rincian apa saja yang harus dikerjakan para karyawannya, serta adanya aturan secara tertulis yang berlaku dan komunikasi yang baik antara manajer, pemilik dan karyawan. Sedangkan pada saat ini yang terjadi pada Daily Coffe adalah tidak adanya *job description*, ditambah lagi dengan terjadinya kekosongan manajer yang membuat tidak adanya *leader* untuk melakukan koordinasi antar karyawan. Hal ini menyebabkan karyawan bingung mengenai apa tugas mereka, arahan yang seharusnya diberikan oleh seorang manajer kini harus diambil alih oleh pemilik *café* langsung. Hal ini berdampak kepada pelayanan mereka yang kurang maksimal karena tidak adanya spesialisasi pekerjaan.

Masalah kedua yang terjadi di Daily Coffe terdapat pada sumber daya manusia mereka. Dalam dunia bisnis khususnya *café*, sumber daya manusia yang kompeten menjadi sebuah aset penting bagi perusahaan karena nantinya dapat berpengaruh terhadap kualitas pelayanan yang akan diberikan. Masalah sumber daya manusia yang terjadi di Daily Coffe adalah kurangnya pengetahuan karyawan mengenai bagaimana tata cara melayani pelanggan dengan baik serta minimalnya pengalaman bekerja karyawan. Hal ini berdampak kepada kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan kepada pelanggan yang datang dan berimbas kepada kepuasan pelanggan itu sendiri.

Masalah terakhir yang dihadapi oleh Daily Coffe yaitu pada suasana toko yang kurang mendukung. Menurut Levy dan Weitz (dalam Dessyana, 2013:846) suasana toko merupakan sebuah penciptaan suasana toko melalui visual, penataan, cahaya, musik dan aroma yang dapat menciptakan lingkungan pembelian yang nyaman sehingga dapat mempengaruhi persepsi dan emosi yang nantinya akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa dengan adanya suasana toko yang baik, maka konsumen akan merasa nyaman serta memiliki niat untuk melakukan pembelian bahkan tidak menutup kemungkinan konsumen akan datang lagi karena merasa nyaman dengan suasana yang diberikan perusahaan. Masalah yang terjadi di Daily Coffe mengenai suasana toko adalah tata letak meja yang berjarak terlalu dekat sehingga membuat konsumen kurang merasa nyaman. Hal ini menyebabkan konsumen merasa tidak nyaman untuk berlama – lama berada di Daily Coffe. Semua permasalahan diatas

diduga berdampak kepada berkurangnya kepuasan dari pelanggan Daily Coffe serta berdampak kepada turunnya pendapatan mereka.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul “PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN , DESAIN PRODUK DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI (STUDI KASUS DI DAILY COFFE, CAKUNG JAKARTA TIMUR)”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan perumusan masalah pokok diatas, maka masalah masalah penelitian dan spesifikasi sebagai berikut:

1. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi di Daily Coffe?
2. Apakah ada pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian kopi di Daily Coffe?
3. Apakah ada pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian kopi di Daily Coffe?
4. Apakah ada pengaruh secara simultan antara keragaman produk,desain produk,dan suasana toko terhadap keputusan pembelian di Daily Coffe?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian di Daily Coffe.
2. Untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian kopi di Daily Coffe.
3. Untuk mengetahui pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian kopi di Daily Coffe.

4. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, desain produk dan suasana toko terhadap keputusan pembelian kopi di Daily Coffe..

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan diadakannya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat yang bergunabagi:

- 1) Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan selama masa kuliah dan dapat mengetahui secara langsung usaha usaha yang dilakukan perusahaan dalam mengembangkan keragaman produk, desain produk, dan store atmosphere pada konsumen.

- 2) Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan informasi bagi Daily Coffe mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keragaman produk, desain produk, suasana toko, dan perusahaan dapat memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada kemudian dievaluasi dan pada akhirnya mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada tahun-tahun berikutnya.

- 3) Bagi Akademis

Untuk menambah wawasan, pengalaman dan pengetahuan bagi mahasiswa lainnya yang akan melakukan penelitian selanjutnya.