

# BAB I

## PENDAHULUAN

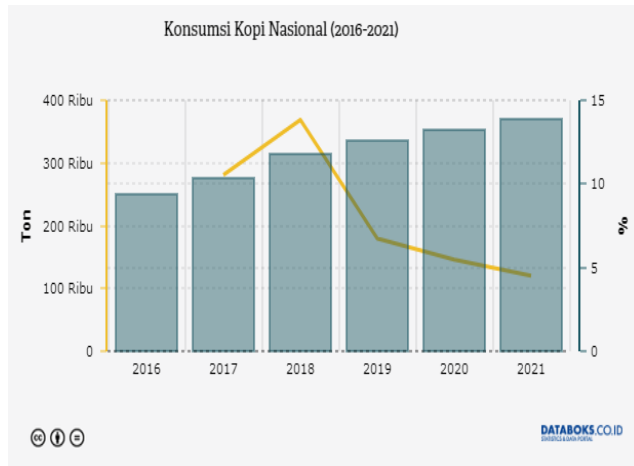
### 1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu Negara penghasil kopi terbesar di dunia. Bukan hanya untuk tujuan ekspor, masyarakat Indonesia sendiripun sangat menyukai kopi, baik kopi hitam maupun kopi susu. Minum kopi kini sudah menjadi gaya hidup bagi anak – anak generasi millennial dan bukan sekedar minuman penghilang rasa kantuk. Ini tercermin dari menjamurnya kafe atau kedai-kedai penjual minuman dari seduhan bubuk kopi di seluruh nusantara. Apalagi dimasa sekarang banyak kedai kopi yang menyediakan menu minumannya bukan hanya kopi saja, tapi juga tersedia menu non kopi yang diperuntukkan bagi konsumen yang kurang menyukai kopi. Pada saat ini kemunculan trend menongkrong di *Coffee Shop* (kedai kopi) sangat digemari baik dari laki - laki, wanita, kalangan tua atau muda banyak sekali yang memilih *Coffee Shop* sebagai tempat singgah dikala bepergian. Dengan adanya tren tersebut menjadikan peluang tersendiri bagi para pengusaha kedai kopi untuk membuat *Coffee Shop* dijadikan tempat yang begitu menarik agar dapat menarik minat perhatian konsumen untuk memilih pergi ke kedai kopi yang kita jalankan. Karena persaingan *Coffee Shop* begitu ketat, maka diperlukan suatu hal yang berbeda dari pesaing *Coffee Shop* yang sudah ada.

Dengan menawarkan Kualitas Produk yang berkualitas dan banyaknya pilihan menu produk yang ditawarkan, serta adanya beberapa Promosi yang ditawarkan baik ketika pembelian secara online maupun offline, dan Kualitas Pelayanan yang baik dan efisien akan menjadi modal besar untuk menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian ditempat usaha yang kita jalani. Para pengusaha minuman kopi harus mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan semakin cerdasnya konsumen menimbulkan persaingan yang ketat antar produsen dalam usaha merebutkan perhatian konsumen yang ada untuk membeli produknya. Apalagi ketika anda mampu memberikan suatu yang istimewa, unik,

dan beda dari pesaing lainnya, maka peluang keuntungan dari usaha ini masih sangatlah besar. Banyak kesempatan untuk bisa mendapatkan keuntungan dari bisnis ini.

**Gambar 1.1.** Konsumsi Kopi Nasional



Sumber : *databoks.co.id*

Berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian konsumsi kopi nasional pada 2016 mencapai sekitar 250 ribu ton dan tumbuh 10,54% menjadi 276 ribu ton. Konsumsi kopi Indonesia sepanjang periode 2016-2021 diprediksi tumbuh rata-rata 8,22%/tahun. Pada 2021, pasokan kopi diprediksi mencapai 795 ribu ton dengan konsumsi 370 ribu ton, sehingga terjadi surplus 425 ribu ton. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi kopi rata – rata masyarakat Indonesia sangatlah tinggi hingga bisa mencapai surplus 425 ribu ton. (sumber:databooks.katadata,2018).

Perkembangan bisnis Kedai Kopi dalam beberapa tahun terakhir sangat menjanjikan. Besarnya pasar yang ada di Indonesia membuat orang – orang berlomba – lomba membuat *Coffee Shop*. Konsep dan Inovasi juga ditawarkan kedai kopi untuk menarik minat pengunjung datang. Mulai dari desain dan interior disulap menjadi sedemikian rupa sehingga terlihat estetik. Untuk menjadi kedai kopi yang unggul dan dapat dikenal baik tidaklah mudah. Diperlukan adanya kualitas produk yang menjanjikan, serta kualitas layanan yang dapat membuat konsumen merasa nyaman. Karena hal tersebut memegang peranan penting untuk kemajuan bisnis kedai kopi yang sedang dijalankan sehingga dapat dijadikan suatu pertimbangan oleh konsumen untuk melakukan Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian merupakan salah satu tahapan konsumen dalam melakukan keputusan sebelum melakukan pembelian produk / jasa. Konsumen telah melakukan beberapa pilihan sebelum dilakukannya pembelian sehingga pada tahap tersebut konsumen akan menentukan akan membeli produk yang ia inginkan atau tidak. Alma (2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah “ suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence, people, dan process*. Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli”. Banyak hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen maka dari itu perusahaan wajib melakukan pengenalan produk kepada khalayak umum sebaik mungkin, supaya dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian ditempat kita membuka usaha.

Salah satu *Coffee Shop* yang estetik di sudut Kota Jakarta adalah Kaneki Kopi. Kaneki berlokasi di Jalan Haji Dogon Blok A2 No.15. Duren Sawit, Jakarta Timur. Lokasi Kedai Kopi ini berada di dalam perumahan.

**Gambar 1.2.** Kaneki Jakarta Timur



Sumber : Instagram Kaneki

Kaneki sendiri diambil dari bahasa Jepang yang artinya karantina. Penamaan tersebut digunakan dikarenakan Kaneki berdiri pada bulan Agustus 2020 dimana DKI Jakarta saat pandemic Covid – 19 menerapkan PSBB. Kaneki memberikan desain dan interior yang kental sentuhan nuansa Jepang. Tak heran banyak pengunjung yang datang juga menjadikan sudut – sudut spot di Kaneki sebagai latar foto di media sosial.

**Tabel 1.1** Daftar 10 Kedai Kopi Terbaik Di Sekitar Jakarta Timur Menurut Pergikuliner

NO.	KEDAI KOPI	ALAMAT	NILAI
1.	Tuku Kopi	Jl. Pulo Asem Timur No. 40, Pulo Gadung, Jakarta Timur	4.55 / 5
2.	Kopitia	Jl. Jenderal Ahmad Yani No. 30, Jatinegara, Jakarta Timur	4.35 / 5
3.	Kyo Coffee	Jl. Wirajasa Blok ZN No. 1, Makasar, Jakarta Timur	4.23 / 5
4.	Hakuna Matata	Jl. Pertengahan No. 5 (Depan MTSN 33), Cijantung, Jakarta Timur	4.20 / 5
5.	Kaneki	Jl. H. Dogon Blok A2 No. 15, Duren Sawit, Jakarta Timur	4.17 / 5

6.	This Is Hud	Jl. Jatiwaringin Raya No. 13, Makasar, Jakarta Timur	4.15 / 5
7.	Crema Sweet And Savoury	Jl. Angkur No. 30, Rawamangun, Jakarta Timur	4.10 / 5
8.	Starbucks Coffee	Jl. Paus No. 88, Rawamangun, Jakarta Timur	3.92 / 5
9.	Kocil	Jl. Kayu Putih Raya No. 1, Pulo Gadung, Jakarta Timur	3.91 / 5
10.	Defacto Coffee And Eatery	Jl. Balai Pustaka Timur No. 39, Rawamangun, Jakarta Timur	3.86 / 5

Sumber: Pergikuliner.com

Dari data diatas menunjukkan Kaneki kopi berada diperingkat lima besar. Hal tersebut merupakan pencapaian yang cukup baik karena mendapatkan penilaian 4.17 / 5. Nilai yang cukup tinggi yang didapatkan oleh Kaneki yang baru berdiri dipertengahan tahun 2020.

Tentu setiap tempat usaha ingin selalu menjadi yang terbaik dimata pelanggan. Karena kaneki sendiri masih berada diperingkat lima besar, tentu akan menjadi pelajaran tersendiri apa yang harus ditingkatkan oleh Kaneki supaya dapat mendapatkan penilaian yang lebih baik lagi dari pelanggan yang telah menikmati nikmatnya hidangan menu yang disediakan Kaneki kopi Jakarta Timur.

Salah satu yang dapat ditingkatkan oleh Kaneki kopi tentu Kualitas Produk yang mereka tawarkan. Ketika membuka usaha yang sudah banyak pesaing bisnis yang menjalankan bisnis yang sama, maka perusahaan dituntut untuk dapat membuat sebuah produk yang berkualitas tinggi. Ketika perusahaan menawarkan sebuah produk yang baik kualitasnya, maka konsumen tidak akan ragu untuk melakukan pembelian produk tersebut. Dimulai dari memperhatikan daya tahan produk, membuat hidangan dengan cita rasa yang baik, menyajikan hidangan yang spesifikasinya sesuai dengan menu yang tertulis, membuat kemasan produk dengan cantik untuk menarik minat beli konsumen, lalu membuat produk – produk lain diluar tema bisnis utama pun juga penting dilakukan. Karena kedai kopi lain yang menjadi pesaing pun melakukan varian produk lain yang tidak hanya berfokus di menu perkopian saja. Seperti yang ada di This Is Hud, selain menu kopi yang dijadikan andalan, mereka juga melakukan penambahan produk diluar menu kopi seperti *tea, rice bowl, pasta, bread*, dan masih banyak lagi

menu lainnya diluar menu kopi. Kaneki sendiri membuat produk lain diluar kopi. Mereka membuat menu non kopi dan juga makanan khas Jepang. Menambah variasi produk yang disajikan seperti itu dapat menjadi nilai tambah tersendiri bagi tempat usaha, karena hampir setiap konsumen berkunjung ke kedai kopi saat ini bukan hanya untuk sekedar membeli minuman kopi, namun juga non kopi serta makanan ringan atau berat sebagai pelengkap menu pesanan pelanggan.

**Tabel 1.2** Perbandingan Rating Kualitas Produk Kedai Kopi Pesaing Kaneki

KEDAI KOPI	RATING PRODUK
Tuku Kopi Jakarta Timur	4,6
Kaneki Jakarta Timur	4,2

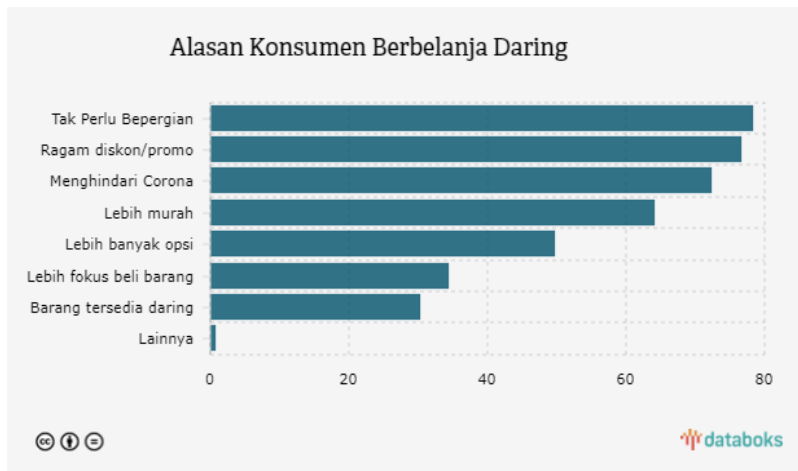
Sumber: Pergi Kuliner

Melihat nilai rating dari kualitas rasa produk antara Kaneki Jakarta Timur dengan Tuku Kopi Jakarta Timur. Kaneki masih mendapat rating kualitas rasa yang lebih rendah. Jadi, penting sekali bagi Kaneki untuk memperhatikan Kualitas Produk yang mereka buat supaya mendapat nilai lebih dimata konsumen dan membuat konsumen memutuskan untuk membeli produk yang Kaneki tawarkan.

Pada trend masa kini yang menunjukkan kemajuan pesat dibidang teknologi terutama melalui media online, dimana hampir seluruh penduduk di Indonesia telah memanfaatkan keberadaan internet untuk kebutuhan sehari – hari. Baik digunakan untuk mengumpulkan informasi, memproses informasi, dan juga sebagai sarana komunikasi.

Kemajuan teknologi digital sangat berdampak bagi kegiatan atau kehidupan manusia termasuk dalam kegiatan bisnis. Cepatnya perkembangan teknologi digital berimbas pada dunia usaha khususnya kegiatan pemasaran yang terjadi saat ini. Pemanfaatan *marketplace* sebagai sarana usaha melalui online harus dapat dimanfaatkan bagi para pelaku usaha. Karena banyak dari konsumen sekarang memilih membeli melalui secara daring dengan alasan tak perlu repot harus bepergian serta banyaknya promo menarik yang ditawarkan seperti tawaran promo gratis ongkir atau voucher potongan harga dengan minimal pembelian harga yang harus dibeli konsumen yang menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Maka pemanfaatan *marketplace* akan sangat berarti bagi para pelaku usaha masa kini.

**Gambar 1.3.** Alasan Konsumen Berbelanja Daring



Sumber : *databooks.co.id*

Dari data diatas menurut *databooks* menunjukkan alasan konsumen melakukan pembelian secara daring salah satunya dikarenakan banyaknya promo yang ditawarkan sehingga hal tersebut sangat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian.

Kaneki sendiri memiliki berbagai jenis promosi. Mulai dari Promosi 10% bagi pengunjung Kaneki yang datang ke Kaneki menggunakan sepeda, lalu Promosi 10% bagi pelanggan yang merupakan Friends & Family, dan juga Promosi penjualan seperti promo gratis ongkos kirim, diskon voucher 50% minimal potongan s/d Rp.20.000 melalui marketplace Tokopedia , ShopeeFood, dan TravelokEats. Tentu saja hal tersebut menjadi suatu nilai lebih tersendiri bagi Kaneki yang berani memberikan promosi demi menyenangkan para konsumennya.

Lalu, meningkatkan kualitas pelayanan di kaneki agar menjadi lebih nyaman serta kualitas layanan para barista untuk senantiasa memberi kepuasan kepada pelanggannya untuk menjadikan kaneki pilihan utama pun tidak kalah penting.

**Tabel 1.3** Perbandingan Rating Kualitas Pelayanan Kedai Kopi Pesaing Kaneki

KEDAI KOPI	RATING PRODUK
Kyo Coffee Jakarta Timur	4,4
Kaneki Jakarta Timur	3.8

Sumber: Pergi Kuliner

Dibandingkan dengan Kyo Coffee sebagai salah satu pesaing kaneki. Kaneki masih mendapat penilaian layanan yang lebih rendah. Kualitas pelayanan ini menjadi penting karena

akan berdampak langsung pada citra perusahaan.. Bukan tidak mungkin, ketika pelanggan merasa mendapatkan layanan yang cukup memuaskan, pelanggan tersebut akan menjadikan tempat tersebut sebagai pilihan utamanya dan memutuskan melakukan pembelian ditempat tersebut.. Maka dari itu sangatlah penting untuk memberikan kualitas layanan yang baik. Bisa dimulai dari kecepatan pelayanan, kemudahan pemesanan, dan ramah tamah terhadap pelanggan yang dapat ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung terhadap konsumen agar menciptakan rasa nyaman untuk konsumen.

Uraian diatas merupakan penjelasan mengenai hal – hal yang berkaitan dengan Kualitas Produk, Promosi Penjualan, dan Kualitas Pelayanan serta Keputusan Pembelian di Kaneki Kopi Jakarta Timur. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Penjualan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Kaneki Kopi (Studi Kasus Pada Pelanggan Kaneki Kopi Jakarta Timur)”.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah yang akan dikaji oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Kaneki Kopi?
2. Apakah Promosi Penjualan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Kaneki Kopi?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kaneki Kopi?
4. Apakah Kualitas Produk, Promosi Penjualan, dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

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

1. Untuk mengetahui Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Kaneki kopi.
2. Untuk mengetahui Promosi Penjualan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Kaneki kopi.



3. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Kaneki kopi.
4. Untuk mengetahui Kualitas Produk, Promosi Penjualan, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara bersamaan terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Kaneki kopi.

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

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi ilmu pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk mengenal lebih dalam mengenai pengaruh Kualitas Produk, Promosi Penjualan, dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kaneki Kopi Jakarta Timur.

2. Bagi Kaneki

Dapat dijadikan bahan masukan dan landasan untuk memenuhi harapan dan keinginan pelanggan untuk mencapai kepuasan konsumen serta dapat mengetahui bagaimana peran ulasan konsumen terhadap Keputusan Pembelian berdasarkan Kualitas Produk, Promosi Penjualan, dan Kualitas Pelayanan

3. Bagi peneliti

Untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta dan untuk menambah pengetahuan serta wawasan berfikir dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama masa studi.