

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejalan dengan perkembangan ekonomi, teknologi, dan sosial budaya sebagai akibat dari arus perubahan global yang mendorong transformasi pada seluruh aspek kebutuhan konsumen yang terus berkembang serta persaingan dalam dunia usaha yang ketat. Hal ini di tandai dengan banyaknya perusahaan yang berusaha untuk merebut area pasar dengan berbagai macam cara inovasi yang di tampilkan dalam produk atau jasa yang di hasilkan. Perusahaan harus bisa menentukan aspek pasar yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan tujuan utama perusahaan tercapai. Dalam hal ini perlunya perusahaan memperhatikan produk yang akan dipasarkan, perusahaan harus menciptakan produk yang mampu mengkarakteristikkan diri agar konsumen mengenal produk-produk yang dipasarkan oleh perusahaan tersebut. Produk harus dirancang untuk memuaskan konsumen dan dapat memenuhi margin keuntungan yang diinginkan perusahaan.

Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Pada Kopi Janji Jiwa, ternyata mempunyai permasalahan dari segi promosi. Karena, promosi merupakan salah satu bagian dari rangkaian kegiatan pemasaran suatu barang. Promosi adalah suatu kegiatan bidang marketing yang merupakan komunikasi yang dilaksanakan perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang memuat pemberitaan, membujuk, dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai barang maupun jasa yang dihasilkan untuk konsumen, segala kegiatan itu bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan dengan menarik minat konsumen dalam mengambil keputusan membeli di perusahaan tersebut.

Menurut Sepang & Loindong (2017), Promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia

menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Pada Kopi Janji Jiwa terdapat beberapa permasalahan terkait promosi yaitu, promosi yang dihadirkan oleh Kopi Janji Jiwa terkesan monoton. Mereka tidak memberikan promosi khusus kecuali promosi tersebut datang dari *platform e-commerce* seperti *Shopee, Go Food, Grab Food*. Hal ini sangat tidak efektif karena tidak semua calon pembeli menggunakan aplikasi tersebut. Hal ini pun sangat bermasalah terhadap para calon pembeli apabila *handphone* mereka tidak memiliki jaringan. Tentunya hal ini harus diperhatikan lagi oleh Kopi Janji Jiwa agar dari segi promosi nya tidak monoton.

Penetapan suatu harga adalah suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh perusahaan dari produk atau jasa yang di hasilkan. Menurut Ramadhani & Pratiwi (2016), harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Penetapan harga telah memiliki fungsi yang sangat luas di dalam program pemasaran. Menetapkan harga berarti bagaimana mempertautkan produk kita dengan aspirasi sasaran pasar, yang berarti pula harus mempelajari kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen. Selain itu, harga juga sangat penting dimana harga yang ditetapkan oleh Kopi Janji Jiwa kurang bisa diterima oleh semua kalangan. Rata-rata pembeli berasal dari mahasiswa ataupun para pekerja yang sedang istirahat atau yang baru saja pulang kerja. Sangat jarang pembeli berasal dari masyarakat umum yang sekedar untuk minum kopi biasa.

Selain Promosi dan Harga, Inovasi Produk juga merupakan hal yang sangat penting untuk perusahaan. Saat ini produk yang ditawarkan setiap perusahaan semakin beragam dengan kelebihan masing-masing. Hal tersebut menyebabkan para konsumen lebih selektif dalam memilih produk yang sesuai. Maka dari itu perusahaan berlomba-lomba untuk melakukan inovasi produk dalam rangka menarik minat konsumen dan untuk mempertahankan minat pelanggannya, demi mempertahankan

kelangsungan hidup perusahaan. Inovasi ini diperlukan perusahaan agar tetap bertahan atau lebih menjadi kompetitif. Menurut Kotler dan Keller dalam (E. S. M. S. B. L. F. Roring, 2017) menambahkan bahwa inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk-produk atau jasa- jasa baru. Inovasi juga termasuk pada pemikiran bisnis baru dan proses baru.

Inovasi juga dipandang sebagai mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis. Oleh sebab itu maka perusahaan diharapkan menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan baru yang menawarkan produk inovatif serta memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan. Inovasi semakin memiliki arti penting bukan saja sebagai suatu alat untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan melainkan juga untuk unggul dalam persaingan. Dalam inovasi produk yang ada pada Kopi Janji Jiwa dinilai kurang baik. Karena, banyak menu-menu yang menghilangkan cita rasa kopi itu sendiri. Memang maksudnya baik, tetapi inovasi yang diberikan sangatlah bertolak belakang. Seperti contohnya, kopi dengan campuran alpukat. Rasa kopi yang diharapkan menjadi seakan memudar. Tentunya hal ini harus diatasi oleh Kopi Janji Jiwa karena menu tersebut bisa saja merusak citra dari para penikmat kopi sungguhan dan mengubah keputusan pembelian para calon pembeli.

Dari berbagai macam industri yang ada, salah satunya industri kopi yang saat ini sedang berkembang pesat di Indonesia, dimana terdapat persaingan kedai kopi, dari warkop sampai *cafe* berkelas. Namun saat ini telah menjamur kedai kopi kelas menengah yang saat ini sedang populer disemua kalangan. Banyak kedai kopi yang serupa saling berlomba-lomba untuk menawarkan cita rasa kopi. Kedai Kopi Janji Jiwa ini milik PT. Luna Boga Narayan didirikan oleh Billy Kurniawan tahun 2018. Kedai Kopi Janji Jiwa ini mempunyai *system Grab & Go* karena rata-rata setiap jilid Kedai Kopi Janji Jiwa hanya gerai kecil dan beberapa tempat duduk saja, bahkan ada beberapa gerai yang hanya untuk *take away*. Namun kopi janji jiwa saat ini sedang menjalankan rencananya untuk membuka gerai dan menyediakan tempat nongkrong para pencinta kopi. Kopi janji jiwa menyediakan

berbagai macam varian rasa yg berbeda, salah satu kopi ter-*best seller* adalah es kopi susu (*ekspreso*, gula aren, dan susu). Walaupun namanua Kopi, kopi janji jiwa juga menjual es soklat (susu segar dengan coklat), es susu *matcha* (susu segar dengan *matcha*), dan es madu *yuzu* (*soy series*).

Dengan adanya persaingan ketat dalam industri kedai kopi, maka kedai kopi janji jiwa harus memiliki strategi yang bias membuat bisnis nya maju sesuai dengan yang diharapkan. Tidak hanya promosi produk namun Kopi Janji Jiwa juga memberikan potongan harga disetiap pembelian Kopi Janji Jiwa. Variabel berupa harga, Kopi Janji Jiwa telah mengupayakan bagaimana harga yang diberikan sesuai dengan racikan kopi janji jiwa yang cita rasanya berbeda dari yang lain, Kopi Janji Jiwa juga memberikan potongan harga 25%-50%. Variabel promosi Usaha yang telah dilakukan Kopi Janji Jiwa untuk menjual produknya yaitu promosi melalui *social media* seperti *ads* di facebook dan Instagram. Sedangkan variabel inovasi Kopi Janji Jiwa sudah banyak melakukan inovasi, baik dari memperbanyak varian rasa kopi, menambahkan pilihan *topping*, keluar dari jalur kopi seperti rasa *matcha* dan *soy*. Bahkan belum lama ini Janji Jiwa mengeluarkan produk makanan yaitu Jiwa *Toast*. Berikut ini disajikan data penjualan kopi janji jiwa selama 1 tahun :

Tabel 1. 1 Data Penjualan Kopi Janji Jiwa Jilid 389 Pondok Ungu Permai Dalam 1 Tahun

Penjualan Kopi Janji Jiwa Tahun 2018 & 2019					
2018		Persentase	2019		Persentase
Januari	235	5,18%	Januari	512	19,92%
Februari	423	9,33%	Februari	389	15,14%
Maret	492	10,86%	Maret	211	8,21%
April	512	11,30%	April	245	9,53%
Mei	231	5,09%	Mei	116	4,51%
Juni	582	12,84%	Juni	108	4,20%
Juli	345	7,61%	Juli	102	3,97%
Agustus	542	11,%	Agustus	160	6,22%

September	453	10%	September	180	7,00%
Oktober	241	5,32%	Oktober	112	4,35%
November	256	5,65%	November	145	5,64%
Desember	218	4,81%	Desember	289	11,24%
TOTAL	4530	100%	TOTAL	2569	100%

Pada Tabel 1.1 Data Penjualan Kopi janji jiwa menjelaskan bahwa volume penjualan yang terjadi di setiap tahunnya memiliki presentasi yang berbeda dimana di tahun 2018 hanya di bulan-bulan tertentu penjualan bisa mencapai 10%-11% seperti di bulan Maret, April, Juni, dan Agustus. Sedangkan di bulan lainnya omset penjualan mengalami penurunan, begitu juga di tahun 2019 penjualan bisa mencapai 11%-19% yaitu di bulan Januari, Februari, dan Desember. Sedangkan di tahun lainnya mengalami penurunan drastis. Penurunan omset di Kopi Janji Jiwa kemungkinan akan terus terjadi jika strategi dari perusahaannya tidak dirubah, oleh karena itu perlu ditangani dengan serius oleh pihak manajemen dari Kopi Janji Jiwa terkait faktor yang bisa mempengaruhi volume penjualan dan keberlangsungan Kopi Janji Jiwa Jilid 389 Pondok Ungu Permai.

Berdasarkan uraian diatas telah terlihat betapa pentingnya peranan Promosi, Harga, dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian. Maka peneliti tertarik meneliti judul “Analisis Promosi, Harga, dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Janji Jiwa Jilid 389”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah dituliskan diatas, maka penulis menentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian ?
2. Apakah terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian ?

3. Apakah terdapat pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian?
4. Apakah terdapat pengaruh Promosi, Harga, dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian?
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian ?
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian ?
4. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Promosi, Harga, dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian ?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan, yaitu :

1. Bagi Penulis
Penelitian ini sangatlah penting dan bermanfaat bagi penulis karna dapat menambah pengetahuan penulis.
2. Bagi Pembaca
Penelitian ini juga sangat penting bagi pembaca karena, pembaca juga mendapatkan ilmu pengetahuan dalam Karya Ilmiah terutama pada bidang Pemasaran
3. Bagi Perusahaan
Penelitian ini sangat penting bagi perusahaan Kopi Janji Jiwa agar penelitian karya ilmiah ini bisa dijadikan bahan masukan atau koreksi agar permasalahan yang terjadi tidak terulang lagi.

1.5 Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi ini maka perlu ditentukan sistematika penulisan yang baik. Sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan mendeskripsikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang teori-teori dan definisi tentang Harga, Promosi, Inovasi Produk, Keputusan Pembelian, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis mengemukakan metode penelitian yang dilakukan dalam perancangan dan implementasi.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai profil Kopi Janji Jiwa, Visi dan Misi Kopi Janji Jiwa, Struktur Organisasi Kopi Janji Jiwa, hasil penelitian kuesioner, metode analisis data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menjelaskan keseluruhan isi dari skripsi yaitu kesimpulan dan implikasi manajerial.