

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis saat ini berkembang sangat pesat, menjadi tantangan atau ancaman bagi para pengusaha untuk memenangkan persaingan dan bertahan dalam bisnis. Dalam sebuah bisnis, pada dasarnya bisnis bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya agar bisnis tidak tertinggal diantara para pesaing. Dengan seiring majunya perkembangan zaman, kehidupan manusia, budaya, serta kemajuan globalisasi, nilai-nilai budaya berubah dari masyarakat sosial menjadi lebih individual. Masyarakat mulai mengalami kemajuan seperti tingkatan rutinitas yang semakin tinggi. Jadwal yang sibuk dan rutinitas yang tinggi membuat masyarakat kota membutuhkan sedikit waktu luang untuk bersantai setelah rutinitas harian mereka. Kegiatan yang dilakukan untuk menghilangkan kepenatan biasanya dengan bersantai sejenak di *coffee shop*.

Pada tahun ini yaitu memasuki tahun 2023, kopi menjadi perbincangan di kalangan anak muda dan termasuk salah satu UMKM yang sangat berkembang karena banyak terdapat tempat kopi di setiap kota di seluruh Indonesia. Menurut data dari Independen Toffin kedai kopi yang ada di Indonesia berjumlah 2.950 gerai hingga bulan Agustus 2019, dimana jumlah ini meningkat 3 kali lipat dibandingkan pada tahun 2016

yang hanya mencapai 1.000 gerai saja (Islam, n.d.). Peningkatan angka konsumsi kopi di Indonesia itu tentunya menjadi angin segar bagi para pengusaha kopi yang ada di Indonesia salah satunya adalah *Qesera Coffee & Park*.

Tabel 1. 1 Pendapatan 6 Bulan Terakhir

No	Keterangan Bulan	Pendapatan
1	Oktober	Rp.65.000.000
2	November	Rp.72.000.000
3	Desember	Rp.60.000.000
4	Januari	Rp.55.000.000
5	Februari	Rp.53.000.000
6	Maret	Rp.45.000.000

Sumber: Data diolah, 2023

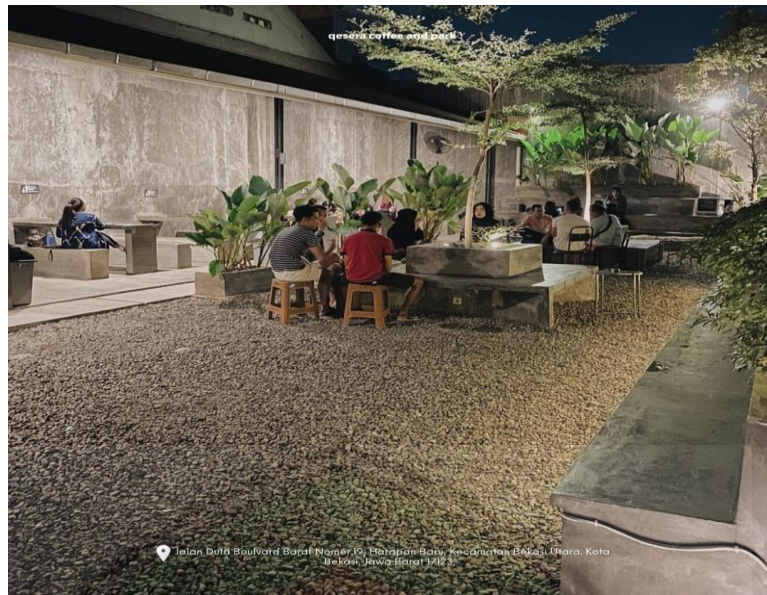
Berdasarkan tabel 1.1 pendapatan 6 bulan terakhir *Cafe Qesera Coffee & Park* pada bulan oktober sebesar Rp.65.000.000, dan pada awal bulan november mulai mengalami kenaikan sebesar Rp.72.000.000, namun pada bulan selanjutnya dimulai dari bulan desember sampai maret mengalami penurunan yang sangat drastis. Oleh karna itu berdasarkan data tersebut *Cafe Qesera Coffee* mengalami penurunan pendapatan penjualan yang disebabkan oleh berbagai macam faktor, untuk memastikan faktor apa yang mempengaruhi penurunan pada pendapatan *Cafe Qesera Coffee* maka peneliti melakukan beberapa survey dengan melakukan wawancara terhadap konsumennya.

Peneliti melakukan pra survey dengan mewawancarai beberapa konsumen Qesera *Coffee And Park* pada (Rabu,12 April 2023), hasilnya menunjukkan bahwa lokasi *cafe* yang kurang strategis ditambah kurangnya lahan parkir menjadi salah satu permasalahan pada *cafe* itu sendiri. selain itu, minimnya strategi promosi yang dilakukan oleh pihak *cafe* untuk meningkatkan pengunjung, dimana sejauh ini hanya promosi terbatas yang dilakukan hanya melalui media sosial saja seperti Instagram. Kemudian kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh pelayan *cafe* juga menjadi salah satu penyebabnya. Oleh karena itu, setiap *coffee shop* perlu menerapkan strategi bisnisnya secara tepat agar dapat memenuhi target pasar. Untuk mencapai sasaran pasar yang sangat tinggi dibutuhkan strategi yang baik dari pihak *coffee shop* untuk lebih aktif berusaha mencari peluang dan kesempatan yang ada karena faktor utama yang dapat menyebabkan keberhasilan dalam dunia usaha adalah promosi pemasaran. Selain itu, dalam meningkatkan jumlah pengunjung maka diperlukan lokasi yang strategis dan peningkatan kualitas pelayanan guna mencapai kepuasan konsumen.

Maka dari itu dalam membuat suatu minat beli biasanya konsumen tentu mempertimbangkan banyak faktor yang mempengaruhinya untuk membeli suatu produk. Dengan adanya informasi serta masukan dari konsumen mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen, maka informasi dan masukan tersebut dapat dijadikan

pertimbangan bagi *coffee shop* untuk memperbarui strategi pemasaran yang diterapkan supaya sasaran penjualan dapat tercapai.

Perbedaan penelitian kali ini dari penelitian sebelumnya adalah terletak dari variabelnya, penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Raymond, 2019) membahas pengaruh promosi, desain tempat dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian kopi di setara *coffee* batam, sedangkan pada penelitian kali ini variabel yang dipakai adalah promosi, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap minat beli konsumen. Dari hasil penelitian sebelumnya disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan (bersama-sama) antara promosi, desain tempat dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Setara *Coffee* Batam. Maka dari itu pada penelitian yang penulis lakukan dengan judul diatas, penulis ingin mengkaji lebih jauh **apakah dengan adanya promosi, kualitas pelayanan, dan lokasi pada Qesera *Coffee* Bekasi Utara dapat memicu perkembangan, terhadap minat beli konsumen.**



Sumber : Qesera.Park

Gambar 1. 1 Cafe Qesera Coffee & Park

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka penulis menentukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah promosi pada Qesera Coffee Bekasi Utara berpengaruh terhadap minat beli konsumen?
2. Apakah kualitas pelayanan pada Qesera Coffee Bekasi Utara berpengaruh terhadap minat beli konsumen?
3. Apakah lokasi pada Qesera Coffee Bekasi Utara berpengaruh terhadap minat beli konsumen?
4. Apakah promosi, kualitas pelayanan, dan lokasi pada Qesera Coffee Bekasi Utara berpengaruh terhadap minat beli konsumen?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi pada Qesera *Coffee* Bekasi Utara terhadap minat beli konsumen
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan pada Qesera *Coffee* Bekasi Utara terhadap minat beli konsumen
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi pada Qesera *Coffee* Bekasi Utara terhadap minat beli konsumen
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan lokasi pada Qesera *Coffee* Bekasi Utara terhadap minat beli konsumen

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berhubungan dengan penelitian antara lain :

1. Bagi peneliti

Dari penelitian ini diharapkan akan menambah ilmu pengetahuan dan penerapannya kedalam dunia praktek manajemen pemasaran khususnya tentang peran promosi, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap minat beli konsumen.

2. Bagi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Memberikan beberapa informasi kepada pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan dapat menambah kepustakaan sebagai informasi bahan perbandingan bagi peneliti lain sebagai wujud Universitas Bhayangkara Jakarta Raya terutama Fakultas Ekonomi khususnya program studi Manajemen.

3. Bagi pengusaha *Coffee Shop*

Sebagai bahan informasi dan masukan bagi pengusaha *Coffee Shop* dalam menentukan promosi, kualitas pelayanan, dan lokasi *cafe* yang strategis untuk menarik minat beli konsumen.

1.5 Sistematika penulisan

BAB I Pendahuluan berisi uraian hal-hal yang melatar belakangi alasan penulis mengambil tema mengenai peran promosi, kualitas pelayanan, dan lokasi pada Qesera *Coffee And Park* Bekasi Utara terhadap minat beli konsumen, selain itu penulis menguraikan rumusan masalah, tujuan serta manfaat dalam penelitian ini.

BAB II Telaah pustaka menjelaskan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan tema skripsi yang diangkat, selain itu juga menampilkan penelitian-penelitian terdahulu dengan tema dan variabel yang berkaitan sehingga dapat dijadikan acuan atau landasan.

BAB III Metode penelitian berisikan penjelasan atau variabel (definisi operasional variabel), penjelasan mengenai jenis data dan dari mana sumber data didapatkan, mengenai metode pengumpulan data dan bagaimana metode yang digunakan untuk menganalisis data.

BAB IV Analisa data dan pembahasan pada bab ini berisi tentang profil objek penelitian, pengujian, dan hasil analisis data,

pembahasan hasil analisis, dan jawaban atas pertanyaan pertanyaan yang disebutkan dalam pokok permasalahan.

BAB V Penutup pada bab ini membahas tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, batasan masalah dari hasil penelitian yang didapat, dan saran dari peneliti.

