

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kopi Dari Hati Premium Bintara adalah sebuah *coffee shop* yang berlokasi di Jl. Bintara Jaya Bekasi Barat., Kota Bekasi, Jawa Barat 17136. Kopi Dari Hati Premium Bintara berdiri pada bulan maret 2021, di era milenial saat ini, bisnis kuliner merupakan bisnis yang tidak akan mati karena berkaitan dengan kebutuhan utama atau primer manusia. Gaya hidup masyarakat yang semakin berkembang saat ini dapat dijadikan sebagai peluang untuk menciptakan kreatifitas baru dalam bisnis kuliner. Saat ini bisnis yang sedang menjadi trend di masyarakat adalah *coffee shop*. Kopi Dari Hati Premium Bintara ini menyediakan tempat khusus untuk menikmati minuman kopi dengan menawarkan fasilitas yang menarik nyaman instagramable dan tersedia nya *wifi*, menjadikan daya tarik setiap kalangan. Kopi Dari Hati Premium Bintara selalu dijadikan tempat pertemuan atau tempat nongkrong mengobrol dengan teman baik maupun mengadakan pertemuan bisnis.

Ketika suatu *coffee shop* melakukan sebuah aktivitas pastinya *coffee shop* tersebut akan memiliki sebuah tujuan. Dalam mewujudkan tujuan tersebut harus ada yang mendukung, yaitu dengan adanya komunikasi yang baik. Karena komunikasi adalah sebuah kebutuhan manusia yang sangat penting dan merupakan aktivitas dasar. Namun saat ini industri kedai kopi di Indonesia sedang menghadapi situasi yang menurun. Tidak stabilnya nilai ekonomi saat ini, sangat berdampak pada sektor kedai-kedai kopi yang berada di pinggir jalan. Dengan berkurangnya pendapatan kedai kopi, diperkirakan akan terjadi perang harga dikalangan kedai kopi sebagai upaya perputaran uang. Perang harga ini akan berdampak pada penutupan sejumlah kedai yang tidak kuat di dalam modalnya, atas kejadian penurunan penapatan kedai di Indonesia maka ada beberapa dampak yang dirasakan oleh kedai kopi Dari Hati Premium Bintara.

Maka persaingan bisnis diantara *coffee shop* terlebih khusus di Bekasi sangatlah ketat. *Cooffee shop* berusaha saling memberikan promo dan menu-menu baru sebaik mungkin untuk tujuan agar menjadi lebih unggul dari *coffee shop* lain,

dalam persaingan tersebut pelaku bisnis pun dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas dari pelayanan dan hidangan yang diberikan. Hal ini dilakukan agar para konsumen tertarik untuk datang ke *coffee shop* Kopi Dari Hati Premium Bintara dan membuat setiap harinya target tercapai. Kopi Dari Hati Premium Bintara menyediakan menu-menu yang selalu diperhatikan kualitasnya, dalam hal pelayanan harga yang ditawarkan dan kualitas rasa.

Public relations sangatlah berperan dalam mempromosikan *coffee shop*. Hal ini memastikan bahwa pesan yang disalurkan *public relations* tepat bagi sasaran. Bagi konsumen yang mengikuti perkembangan kedai maupun bagi masyarakat yang belum mengenal kedai dan menjadi tahu tentang kedai tersebut. Untuk itu diperlukannya usaha. *Public relations* dalam mengusahakan setiap strategi yang dibutuhkan dalam mempromosikan kedai. Oleh sebab itu strategi sangat dibutuhkan dalam usaha mempromosikan Kedai Kopi Dari Hati Premium Bintara untuk menarik perhatian konsumen. Apapun strategi yang dilakukan baik harga yang lebih terjangkau dari kedai-kedai lain yang ada di Bekasi. Adanya kerja sama dengan pihak agensi periklanan lain untuk mendukung upaya yang dilakukan Kedai Kopi Dari Hati Premium Bintara untuk menarik konsumen.

Menurut Basu Swastha (2009:67), strategi merupakan suatu rencana yang didahulukan untuk mencapai sebuah tujuan. Ada banyak perusahaan yang mungkin memiliki tujuan yang sama, tetapi strategi yang di gunakan untuk mencapai tujuan tersebut dapat berbeda. Menurut Tull dan Kahle (1990) dalam Fandy Tjiptono (2006:6), strategi pemasaran didefinisikan sebagai instrumen fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pengembangan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui pembukaan pasar dan program pemasaran, melayani sasaran pasar. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pemasaran hubungan masyarakat. Hubungan masyarakat adalah proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program yang merangsang pembelian dan kepuasan konsumen. Melalui komunikasi informasi yang andal dan kesan yang menyatukan perusahaan dan prodaknya sesuai dengan kebutuhan, keinginan, perhatian dan kepentingan para konsumen (Christian dkk, 2019).

Marketing public relations (MPR) dipahami sebagai salah satu aktifitas yang mendukung penjualan dengan tujuan untuk mendapatkan kesadaran konsumen.

Dalam hal ini Kopi Dari Hati Premium Bintara melihat potensi meningkatkan minat para konsumen. Melalui hubungan antara tempat kopi dengan tempat kopi lainnya yang ada di Bekasi. Selain itu MPR merupakan perancang pelaksana dan evaluasi terhadap program-program yang di rancang. Demi merangsang keinginan para konsumen agar dapat berkunjung ke tempat kopi tersebut dan mendapatkan kepuasan terhadap kopi dari hati premium melalui jalur komunikasi yang baik. Pada Tanggal 10 Agustus 2021, peneliti berkunjung ke *coffee shop* Kopi Dari Hati Premium Bintara yang terletak di Jalan Bintara Jaya, No. 15 Bekasi Barat. Kopi Dari Hati Premium Bintara tersebut tidak hanya menjual kopi melainkan Toast (Roti dengan isi berbagai Varian Rasa) Menu Minumannya juga beragam yaitu Ice Coffee lite, Ice Kopi Gula Aren, Berry Coffee, Ice Americano, Hazelnut latte, Caramel Latte, Salted Caramel, Coffee Avocado, Affogato, Moccachino, Coconut Espresso, Fluffy Latte, Matcha Espresso, Cappuchino, Vanilla Latte, Almond Latte dan bisa request minuman panas atau Hot. Adapula minuman dengan Non-coffee yaitu Taro latte, chocolate, Red Velvet Late, Matcha Latte, Lemon Tea, Lychee tea, Yakult Lychee tea, Brown Sugar Boba Milk Tea, Brown Sugar Boba Milk, Strawberry tea Macchiato, Orange Tea Macchiato, Black Tea Macchiato, Green tea Macchiato, Honey earl grey Macchiato.

Untuk harga nya berkisar antara 15.000 rupiah sampai dengan 28.000 rupiah. Tersedia *wifi* dan fasilitas tempat yang nyaman dan cukup *intragamable* bagi kalangan anak muda untuk sekedar nongkrong dengan teman-teman dan bisa juga untuk mengerjakan tugas. Yang membedakan kopi dari hati premium ini dengan kopi dari hati yang biasa adalah menu Toast, di kopi dari hati biasa tidak tersedia Toast (Roti dengan isi berbagai varian) dari segi tempat kopi dari hati yang biasa memiliki tempat yang lebih kecil dibanding premium sehingga nyaman untuk membawa teman untuk meminum kopi disana. Pada tanggal 31 oktober 2021, penulis kembali melakukan observasi ke Kopi Dari Hati Premium Bintara bertujuan untuk meminta pendapat *customer* Kopi Dari Hati Premium Bintara tentang kualitas rasa kopi yang dimiliki *coffee shop* tersebut. Penulis mendapatkan seorang *customer* bernama Ricky Hariyanto Martell yang dimana beliau adalah *customer* yang selalu berkunjung ke *coffee shop* ini. Dalam wawancara singkat ini, penulis menanyakan tentang rasa kopi yang disajikan dan harga yang *coffee shop* ini

tentukan. Dari pertanyaan tersebut penulis mendapatkan jawaban bahwa menurut Ricky, untuk menu yang paling ia suka adalah kopi gula arennya, karena menurut Ricky wangi kopinya sangat *strong* dan *texture* dari kopi tersebut sangat *creamy*, yang membuat Ricky memilih kopi itu sebagai menu andalannya. Lalu untuk harga Ricky berpendapat masih terjangkau untuk kantong anak muda, untuk 25k Ricky bisa menikmati kopi gula aren dengan cuma-cuma dan mendapatkan fasilitas berupa wifi dan tempat yang nyaman, membuat pengalaman ngopi Ricky menjadi sempurna.

Berdasarkan hasil observasi penulis dengan narasumber atau *owner* Kopi Dari Hati Premium Bintara, Pak Kuntoaji selaku pemilik *coffee shop*. Pada bulan Mei 2021 pendapatan telah mencapai target hingga tujuh belas juta rupiah, hal tersebut didapatkan karena ramainya pengunjung yang datang pada bulan Mei 2021. Lalu pendapatan pada bulan Juni 2021 kembali naik menjadi dua puluh juta rupiah. Selanjutnya pada bulan Juli 2021 pendapatan berkurang menjadi delapan belas juta rupiah karena kasus Covid di Indonesia khusus nya di daerah Bekasi kembali naik. Lalu di adakan nya PPKM pada bulan tersebut yang menyebabkan pelanggan menjadi terbatas dan tidak seperti sebelumnya. Pada bulan Agustus 2021 Kopi Dari Hati Premium Bintara kembali mengalami penurunan pendapatan dikarenakan adanya PPKM darurat yang mewajibkan setiap tempat usaha tutup lebih awal. Pengunjung restoran maupun *coffee shop* tidak di izinkan untuk menikmati makanan maupun minumannya di tempat. Hanya melayani pembelian *delivery* atau *take away*. Hal tersebut membuat pendapatan *coffee shop* Kopi Dari Hati Premium Bintara mengalami penurunan drastis menjadi lima belas juta rupiah.

Pada bulan september 2021 pendapatan Kopi Dari Hati Premium Bintara mengalami kenaikan menjadi dua puluh satu juta rupiah, dikarenakan kasus Covid di Indonesia mengalami penurunan. Tempat usaha restoran maupun *coffee shop* kembali mengizinkan pengunjung menikmati makanan atau minuman ditempat. Kesimpulannya adalah Kopi Dari Hati Premium Bintara mengalami kenaikan yang melebihi target di bulan Mei, Juni 2021. Lalu mengalami penurunan di bulan juli,agustus 2021 karena kasus Covid di Indonesia mengalami kenaikan lalu diadakannya PPKM darurat. Pada bulan september 2021 Kopi Dari Hati Premium Bintara mengalami kenaikan, omset menjadi dua puluh satu juta rupiah dikarenakan

pelanggan kembali bisa menikmati makanan dan minumannya di *coffee shop* Kopi Dari Hati Premium Bintara. Hal tersebut bisa dilihat dibawah ini :

Bagan 1.1 Pendapatan Kopi Dari Hati Premium Bintara



Sumber : *Owner* Kopi Dari Hati Premium Bintara

Alasan penulis mengambil judul Strategi Public Relation Dalam Komunikasi Pemasaran Kopi Dari Hati Premium Bintara adalah berawal dari rasa ingin tahu yang diawali dengan melakukan perbandingan antara *coffee shop* atau cafe di sekitar Bintara. Karena penulis cukup sering mengunjungi tempat tersebut penulis melakukan observasi dengan cara mengamati keadaan dikopi tersebut, setelah mengamati dalam beberapa kali. Ppenulis melihat *customer* atau pengunjung di Kopi Dari Hati Premium Bintara cukup ramai, karena di sekitar lingkungan penulis ada beberapa *coffee shop* yang berdiri terlebih dahulu tetapi tidak seramai Kopi Dari Hati Premium Bintara yang penulis ingin teliti. Maka dari itu penulis memilih Kopi Dari Hati Premium Bintara sebagai objek nya dengan tujuan melihat strategi apa yang dilakukan oleh *public relations* Kopi Dari Hati Premium Bintara ini, sehingga tidak kalah saing dari tempat kopi di sekitarnya. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik melakukan penelitian pada Skripsi ini dengan judul : “Strategi *Public Relations* Dalam Komunikasi Pemasaran Kopi Dari Hati Premium Bintara Bekasi (Studi Deskriptif Kualitatif di Kopi Dari Hati Premium Bintara - Bekasi Barat).”

1.2 Fokus Masalah

Fokus masalah ini menunjukkan pada Strategi *Public Relations* Dalam Pemasaran Kopi Dari Hati Premium Bintara Bekasi (Studi Deskriptif kualitatif di kopi dari hati premium bintara Bekasi-Barat).

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penelitian diatas, pertanyaan yang dapat di ajukan sebagai berikut “Bagaimana Strategi *Public Relations* Dalam Komunikasi Pemasaran Kopi Dari Hati Premium Bintara Bekasi?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi *Public Relations* Dalam Komunikasi Pemasaran Kopi dari Hati Premium Bintara Bekasi.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan Proposal Penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan sumbangsih baik sebagai literatur atau referensi bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian mengenai Strategi *Marketing Public Relations*.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai tambahan informasi dan pengetahuan bagi mahasiswa secara umum tentang Strategi *Public Relations* Dalam Komunikasi Pemasaran Kopi dari Hati Premium Bintara Bekasi (Studi Deskriptif Kualitatif di Kopi Dari Hati Premium Bintara, Bekasi-Barat).