

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Profil Perusahaan

Kopi Kadeudeuh merupakan salah satu coffee shop yang terletak di Kabupaten Sumedang. Kopi Kadeudeuh ini berdiri pada tahun 2018. Kopi Kadeudeuh awalnya tidak menjual produk kopi, tetapi hanya menjual minuman manis seperti greentea, thai tea, dll. Saat ini Kopi Kadeudeuh menyajikan menu kopi pada umumnya serta makanan yang dihidangkan merupakan makanan-makanan berat seperti steak, nasi goreng, dan pasta. Kopi Kadeudeuh memiliki tempat yang instagramable dengan nuansa warna cat crem, putih, dan coklat. Kopi Kadeudeuh memiliki jam operasional yaitu pada pukul 10 pagi sampai jam 10 malam.

1.1.1 Logo Perusahaan



Gambar 1. 1 Logo Kopi Kadeudeuh

Sumber : Akun Instagram Kopi Kadeudeuh

1.1.2 Produk



Kadeudeuh Beverages	
9 Ji. Prabu Geusan Ulun No.50 B Sumedang	
Hot	Coffee Iced
Espresso 15k	Es Kopi Susu Gula Aren 20k
Americano 15k	Es Kopi Irish 25k
V60 20k	Es Kopi Hazelnut 25k
Caffe Latte 25k	Es Kopi Rum 25k
Cappuccino 25k	Es Kopi Butterscotch 25k
Hot Choco 25k	Es Kopi Mocca 25k
Hot Matcha 25k	Es Kopi Signature 25k
Hot Lemon Tea 15k	Es Kopi Caramel Machiato 25k
Hot Sanger 15k	Kopi Sendu 250ml 25k
Hot Sweet Tea 10k	Kopi Sendu 500ml 45k
Hot Tea 5k	Kopi Sendu 1000ml 85k
Fresh Drinks	Non Coffee
Strawberry Creamy 16k	Milo Dinosaur 20k
Alpukat Kacok 18k	Choco 18k
Mango Yakult 15k	Matcha 18k
Lychee Yakult 15k	Red Velvet 16k
Lime Yakult 15k	Taro 16k
Lemon Tea Iced 15k	Vanilla 16k
Sweet Iced Tea 12k	Avocado 16k
Mocktail	Cookies& Cream 20k
Strawberry Passion 15k	Strawberry Boba Fruits 20k
Orange Melon 15k	Mango Boba Fruits 20k
Exotic Purple 15k	Mojito Lychee 15k
Fresh Strawberry 15k	Mojito Strawberry 15k
	Best Seller

Gambar 1. 2 Menu Kopi Kadeudeuh

Sumber : Akun Instagram Kopi Kadeudeuh

Dapat dilihat dari Gambar 1.2 Menu Kopi Kadeudeuh menyediakan menu kopi pada umumnya dengan rentang harga Rp5.000 – Rp85.000.

1.2 Latar Belakang

Salah satu tugas utama yang dilakukan pengusaha untuk pertumbuhan, kelangsungan hidup, dan keuntungan finansial mereka adalah pemasaran. Kemampuan seorang wirausahawan dalam bidang produksi, pemasaran, keuangan, dan bidang lainnya menentukan efektif tidaknya pemasaran dalam mencapai tujuan bisnisnya. Selain itu, keberhasilan perusahaan bergantung pada kapasitas pengusaha untuk mengintegrasikan tanggung jawab ini. Karena tujuan dari strategi pemasaran adalah untuk mengamankan posisi pasar yang menguntungkan dalam bidang atau arena utama tempat terjadinya persaingan, maka pengenalan pemasaran modern saat ini memegang peranan yang sangat penting sebagai penunjang langsung peningkatan keuntungan dan persaingan perusahaan. Perusahaan harus menyadari kekuatan dan kelemahannya, peluang dan ancamannya, yang akan sangat membantu dalam mengidentifikasi dan memanfaatkan semua peluang dan kesenjangan yang ada dengan menghindari atau meminimalkannya.

Dunia usaha di Indonesia saat ini berkembang pesat. Dilihat dari berbagai perusahaan menjual produk yang sangat berbeda untuk merangsang dunia bisnis. Kini bisnis Coffee Shop atau kafe sedang naik daun di Indonesia. Salah satu nya yaitu Kopi Kadeudeuh. Banyak sekali kedai kopi di Indonesia sehingga bisnisnya bersifat persaingan dan setiap penjual menjual produknya dengan strategi pemasaran yang berbeda-beda.

TAHUN	JUMLAH KEDAI KOPI
2019	7.000
2020	8.000
2021	9.000
2022	9.500
2023	10.000

Gambar 1. 3 Perkiraan Jumlah Kedai Kopi di Indonesia

Dari remaja hingga orang dewasa, banyak yang tertarik dengan industri kedai kopi yang berkembang pesat di Indonesia untuk mencoba mendirikan perusahaan mereka sendiri. Ketertarikan terhadap kopi sendiri atau gaya hidup anak muda masa kini yang lebih suka menghabiskan waktu dengan menyeruput kopi menjadi penyebabnya. Dengan kata lain, bisnis kopi Indonesia semakin berkembang.

Kopi Kadeudeuh benar-benar telah mengembangkan budaya kopi Indonesia. Dilihat dari banyaknya peminat di kedai Kopi Kadeudeuh. Coffee shop ini bertujuan untuk menghidupkan kembali budaya meminum kopi di Indonesia. Kopi kadeudeuh juga menggunakan beberapa strategi periklanan yang cukup efektif untuk menarik pengunjung. Kini kehadiran internet telah menciptakan keseriusan dalam dunia bisnis, dimana perlunya meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan. Pemasar tidak hanya menerapkan strategi pemasaran di pasar melalui kualitas pelayanan, namun juga berusaha mempertahankan posisi merek di benak konsumen dengan memperkuat strategi promosi penjualan. Persaingan produk juga menyebabkan peningkatan belanja iklan dan berbagai kegiatan promosi lainnya untuk menarik perhatian konsumen. Anda dapat menghindari taktik pemasaran yang kurang berhasil dengan menggunakan taktik yang tepat

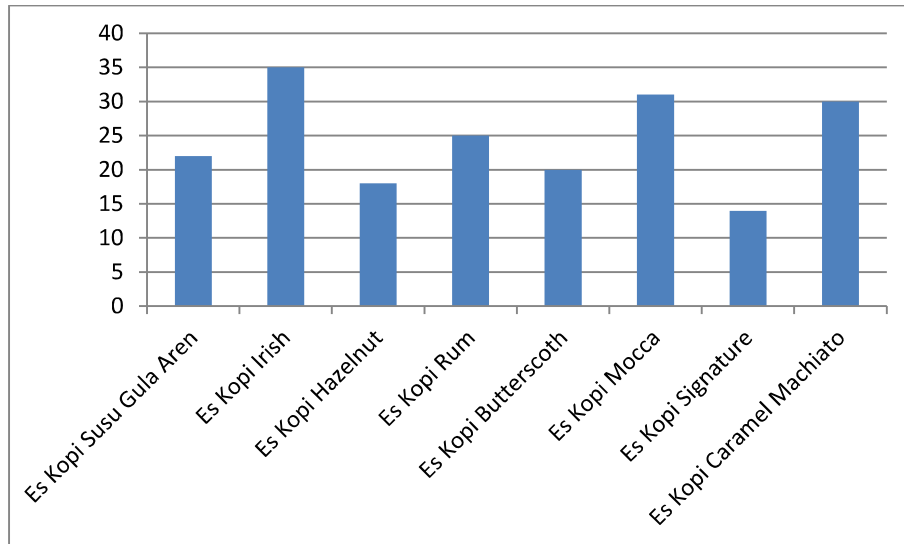
Pertarungan antar pelaku usaha kopi untuk menarik konsumen semakin sengit. Setiap taktik digunakan sebagai kupon atau diskon. Beberapa pemilik coffee shop juga mengintegrasikan iklan yang sedang berjalan di jaringan siber menggunakan media sosial untuk menciptakan kesadaran di kalangan masyarakat. Beberapa percakapan tentang taktik yang digunakan; Wajar saja para pemilik kedai kopi menggunakan berbagai macam ide bisnis yang berbeda-beda, salah satunya adalah konsep. Kegiatan pemasaran ini tidak mungkin dipisahkan dari strategi pemasaran.

Strategi dapat didefinisikan sebagai upaya individu atau organisasi untuk memetakan tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu. Menggunakan sumber daya, bakat, dan kemampuan yang sudah ada untuk mencapai tujuan dengan lebih cepat dan menguntungkan dikenal sebagai strategi. Sementara itu, salah satu kunci keberhasilan penjualan suatu produk adalah pemasaran. Dalam pemasaran, ada beberapa hal penting yang perlu diingat. Diantaranya adalah rencana pemasaran. Untuk mencapai tujuan pemasaran suatu

produk, strategi pemasaran sangatlah penting. Selain itu, rencana pemasaran yang diadopsi harus dinilai dan diperbarui sesuai dengan tren pasar. Konsekuensinya, rencana pemasaran harus mampu memberikan gambaran yang tepat dan terfokus mengenai operasional pemilik usaha dengan memanfaatkan setiap peluang di sejumlah pasar sasaran.

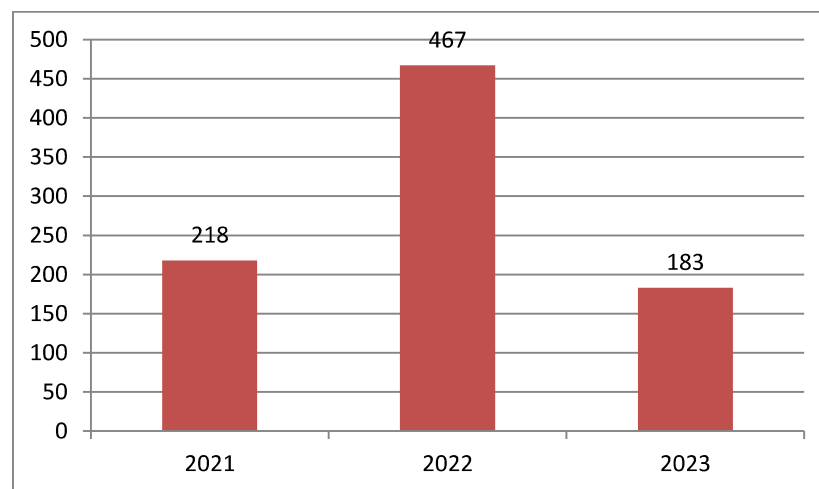
Hal ini berdampak pada kemampuan pelaku perusahaan dalam menggunakan teknik pemasaran yang masuk akal untuk mempertahankan atau mungkin meningkatkan pangsa pasar mereka. Bisnis membutuhkan pemasarnya untuk mampu memeriksa berbagai topik terkait periklanan, seperti memperkirakan umur suatu produk. Promosi penjualan adalah sejenis persuasi langsung yang menggunakan berbagai rangsangan terkontrol untuk mendorong pembeli agar segera membeli lebih banyak barang atau membeli lebih banyak barang secara keseluruhan. Bisnis dapat menggunakan promosi untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, membuat pelanggan mencoba item baru, membuat mereka membelanjakan lebih banyak, dan meningkatkan pembelian impulsif.

Instagram merupakan platform media sosial yang digunakan Kopi Kadeudeuh untuk pemasaran. Instagram adalah platform jejaring sosial tempat pengguna dapat berbagi video atau gambar dengan teks. *Caption* adalah informasi mengenai satu foto atau video yang di *upload*. Instagram juga merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, video, lalu membagikannya ke berbagai jejaring sosial. Instagram memiliki banyak fungsi yang mendukung berkembangnya kopi kadeudeuh sebagai bentuk promosi dan penjualan produk itu sendiri, misalnya dengan mengunggah video dengan konten atau gambar menarik dari produk yang dijual untuk meningkatkan minat calon pembeli. Berikut adalah data pembelian menu kopi di Kopi Kadeudeuh.



Gambar 1. 4 Rata-Rata Penjualan Kopi di Kopi Kadeudeuh 2023

Berdasarkan data diatas terlihat bahwa penjualan menu kopi di Kopi Kadeudeuh selama tahun 2023. Setiap menu kopi memiliki perbedaan jumlah yang sangat besar setiap bulannya. Penjualan paling rendah yaitu penjualan menu es kopi signature karena minatnya sedikit. Berbeda dengan menu es kopi irish yang memiliki banyak peminat selama tahun 2023. Dibawah ini merupakan data penjualan menu kopi irish di Kopi Kadeudeuh pada tahun 2021 sampai tahun 2023.



Gambar 1. 5 Data Penjualan Menu Kopi Irish di Kopi Kadeudeuh

Dilihat dari gambar diatas, penjualan menu kopi irish sangat tidak stabil karena naik turun nya penjualan pada 2 tahun terakhir di Kopi Kadeudeuh. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Strategi

Pemasaran Produk Kopi Irish Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Kadeudeuh Kabupaten Sumedang” sebagai bahan masukan untuk kopi kadeudeuh supaya bisa memperbaiki strategi pemasaran penjualan menu kopi irish.

1.3 Identifikasi Masalah

Penulis mengidentifikasi suatu permasalahan berdasarkan uraian latar belakang yang diberikan yaitu :

- 1.3.1 Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Kopi Kadeudeuh?
- 1.3.2 Bagaimana keputusan pembelian yang dilakukan di Kopi Kadeudeuh?
- 1.3.3 Bagaimana pendekatan pemasaran Kopi Kadeudeuh mempengaruhi pilihan pembelian pelanggan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1.4.1 Mempelajari taktik pemasaran Kopi Kadeudeuh.
- 1.4.2 Untuk memastikan pilihan yang diambil mengenai pembelian di Kopi Kadeudeuh.
- 1.4.3 Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran mempengaruhi pilihan pembelian pelanggan Kopi Kadeudeuh.

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai penerapan teoritis dan praktis.

1.5.1 Kegunaan secara teoritis

- 1.5.1.1 Memperoleh data tentang strategi pemasaran di Kopi Kadeudeuh
- 1.5.1.2. Mengembangkan ilmu komunikasi terutama pada bidang marketing (pemasaran)

1.5.2 Kegunaan secara praktis

- 1.5.1.1 Berguna sebagai bahan informasi terutama untuk mahasiswa Universitas Telkom maupun mahasiswa universitas lain pada program studi administrasi bisnis
- 1.5.1.2 Dapat menjadi landasan pemikiran tentang teknik strategi pemasaran yang sukses.