

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini terdapat banyak kedai di Kota Jombang yang khusus menyajikan kopi dan menawarkan layanan inovatif dalam penyiapan dan penyajian kopi, sehingga banyak konsumen yang menikmati kopi di kafe yang ada. Para pebisnis kedai kopi dituntut untuk menciptakan desain suasana yang berbeda dari yang lain agar dapat memuaskan pelanggan kedai kopi dan membuat mereka ingin kembali lagi.

Menurut Afriyanti dan Rasmikayati (2018) Semakin banyaknya kedai kopi menimbulkan persaingan antar pelaku usaha kedai kopi. Hal ini menyebabkan terjadinya fluktuasi penjualan di kedai kopi itu sendiri. Mengingat persaingan antar kedai kopi semakin ketat, maka kedai/pengelola kopi tidak hanya sekedar menjual produknya sendiri, namun juga berusaha memuaskan keinginan konsumen untuk membeli kopi perusahaan/perusahaan. Meski bermunculan pesaing-pesaing baru, diharapkan *Coffee Shop* tetap mampu memenuhi kebutuhan di tengah ketatnya persaingan antar kedai kopi saat ini.

Bila ada yang berpikir kedai kopi hanya tempat untuk menikmati kopi, sebenarnya lebih dari itu. Kedai Kopi memberikan kepuasan (*prestise*) tersendiri bagi pelanggannya, karena menikmati kopi bukan hal yang sederhana, melainkan mencerminkan gaya hidup seseorang saat ini (Putri, 2020).

TerasOver berupaya bersaing dalam kegiatan bisnisnya untuk bertahan dalam persaingan yang ketat ini. Banyak juga kedai kopi yang menawarkan harga bersaing, sehingga konsumen harus banyak mempertimbangkan dalam memilih kedai kopi mana yang lebih menguntungkan untuk dikunjungi. Kedepannya kita perlu mengetahui strategi apa saja yang bisa digunakan untuk memuaskan konsumen dan tetap memikirkan bagaimana TerasOver akan terus eksis.



Gambar 1. 1 Lokasi Kedai Kopi TerasOver
(Sumber : Dokumentasi Peneliti)

Di Kota Jombang, kedai kopi yang tidak jauh berbeda dengan pusat kota yang sibuk, berkembang dalam beberapa tahun terakhir, minat masyarakat terhadap kedai kopi Jombang semakin meningkat, Menurut Hilmi salah satu Barista TerasOver mengatakan bahwa *Coffee Shop* atau Kedai Kopi merupakan tempat yang sangat asyik untuk berkumpul dan berdiskusi mengenai penyelesaian masalah bersama teman serta layanan *Wi-Fi* untuk menunjang kebutuhannya dalam tugas kuliah maupun hiburan. (Wawancara Assisten TerasOver: Hilmi),

Salah satu cara untuk memasarkan produk kepada konsumen adalah melalui strategi pemasaran, strategi ini sangat penting karena berkaitan dengan keuntungan yang akan diperoleh perusahaan. Strategi ini hanya akan berhasil jika didukung oleh perencanaan yang efektif, baik di dalam maupun di luar perusahaan (Said, 2023)

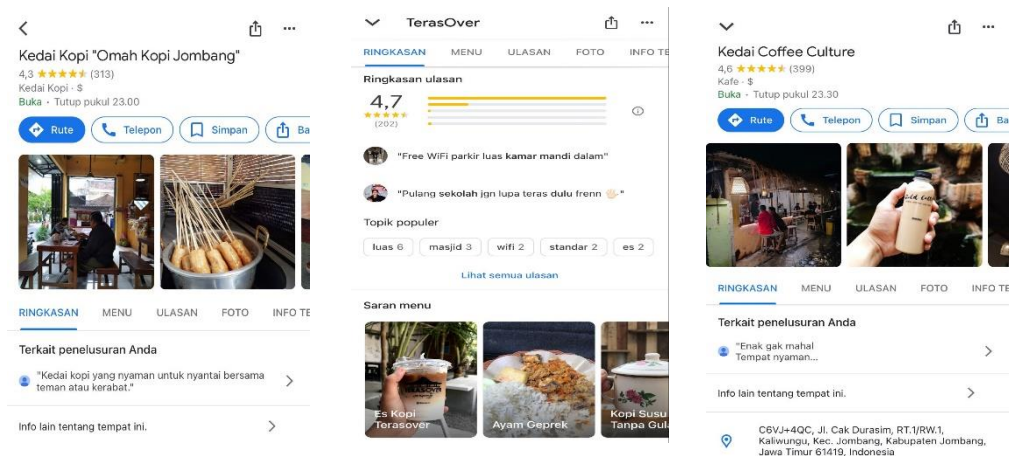
Menurut Kotler dan Armstrong (2019; 6), pemasaran adalah “proses dimana bisnis menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka untuk menangkap nilai dari mereka. Produk akan mudah dijual jika pemasar memahami kebutuhan pelanggan, mengembangkan produk yang memberikan nilai superior kepada pelanggan, menetapkan harga, mendistribusikan, dan mempromosikan produk tersebut secara efektif”.



Gambar 1. 2 Menu Kedai Kopi TerasOver
(Sumber : Dokumentasi Peneliti)

Persaingan bisnis antar dunia per-kopi-an di Jombang semakin ketat. Kedai kopi maupun *coffe shop* mulai menjamur diberbagai sudut kota Jombang menunjukkan perkembangan bisnis kedai kopi dan *Coffe shop* yang kian banyak diminati oleh masyarakat Jombang. Salah satu *CoffeShop* atau Kedai Kopi di Jombang yang banyak diminati oleh konsumen remaja hingga dewasa ialah Terasover.

Terasover berdiri sejak tahun 2020, dimulai dari halaman rumah sebagai lokasi penjualan hingga berkembang menjadi Kedai Kopi yang memiliki suasana *Vintage*. Selama 4 Tahun, Kedai Kopi TerasOver mampu bersaing dengan kedai kopi lainnya. Kedai ini melayani pelanggan selama 24 Jam dengan menu *best seller* yaitu KSTG (Kopi Susu Tanpa Gula) menjadi menu favorit selama 4 Tahun. Kedai ini juga menyediakan aneka camilan.



Gambar 1. 3 Ulasan Kedai di Jombang
(Sumber : Gmaps)

Suasana kafe (store atmosfer) yang nyaman menjadi alasan yang mempengaruhi kepuasan Pelanggan. Suasana Kafe (Kotler & Keller, 2012) "suasana toko adalah elemen penting lainnya dari produk pengecer. Pengecer

ingin menciptakan pengalaman berbelanja unik yang sesuai dengan target pasar mereka dan membuat pelanggan membeli.

Untuk memanfaatkan kondisi kerangka seperti itu, setiap pengusaha memerlukan strategi pemasaran yang tepat sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan sesuai visi dan misi yang telah dirumuskan. Pada dasarnya, strategi pemasaran adalah rencana pemasaran yang menyeluruh, komprehensif, dan terintegrasi yang menetapkan langkah-langkah apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan.

1.2 Fokus Penelitian

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan, penelitian ini berfokus pada Strategi Pemasaran dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi TerasOver.

1.3 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan, maka penulis mencoba merumuskan masalah penelitian ini yaitu “bagaimana implementasi strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada Kedai Kopi TerasOver ?”

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui strategi pemasaran pada Kedai Kopi TerasOver, selain itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak strategi terhadap Kepuasan Pelanggan.

1.5 Manfaat Penelitian

a) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi serta menjadi sumber informasi dan bahan perbandingan untuk penelitian sebelumnya.

b) Manfaat Praktis

Pihak Kedai Kopi TerasOver, mengidentifikasi area di mana mereka perlu meningkatkan layanan atau produk mereka untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.