

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap pelaku usaha selalu mengusahakan produk yang dijualnya untuk dapat mencapai sasaran dan tujuannya, untuk hal tersebut tentunya memikirkan adanya peluang usaha. Peluang usaha adalah sebuah kesempatan dalam menjalankan sebuah kegiatan bisnis untuk mendapatkan keuntungan dengan cara menjalankan strategi yang telah ditetapkan. Kesempatan usaha yang terbuka lebar ini tidak boleh dilewatkan oleh mereka yang memiliki jiwa berwirausaha. Seorang pengusaha baik pengusaha muda ataupun pengusaha yang sudah lama berkecimpung dalam dunia bisnis ketika ia akan memanfaatkan peluang usaha yang ada pada waktu tertentu seorang pengusaha itu harus memiliki sikap dan mental yang percaya diri. Perlu pemikiran yang matang bagi seorang pengusaha agar usahanya dapat berjalan dengan tepat sasaran.

Coffee shop menjadi salah satu pilihan bisnis dikarenakan coffee shop merupakan suatu bentuk usaha yang cukup menjanjikan di Indonesia, hal ini disebabkan letak geografisnya yang cocok untuk dijadikan perkebunan kopi serta lekatnya penikmat kopi di masyarakat Indonesia yang sudah membudaya. Minuman kopi tidak lagi menjadi sekedar untuk dikonsumsi, tetapi minuman kopi kini bisa jadi pelengkap aktivitas sehari-hari seperti mengerjakan tugas, rapat, dan tempat berkumpul kembali dengan teman lama. Pada saat ini minuman kopi sudah menjadi gaya hidup bagi beberapa kalangan masyarakat mulai dari anak remaja hingga orang dewasa.

Para pelaku bisnis melihat adanya peluang usaha di dalam coffe shop, di karenakan berdasarkan laporan International Coffee Organization (ICO), Indonesia telah menempati peringkat 4 produsen kopi terbesar di dunia dengan total produksi 12 juta karung kopi berukuran 60 kg pada 2014-2019. Serta pada hasil riset TOFFIN, perusahaan penyedia solusi bisnis berupa barang dan jasa di industri HOREKA (Hotel, restoran, dan kafe), di Indonesia, menunjukkan jumlah kedai kopi di Indonesia pada Agustus 2019 mencapai lebih dari 2.950 gerai, meningkat hampir tiga kali lipat dibandingkan pada 2016 yang hanya sekitar 1.000.¹

Tersebarannya gerai coffe di Indonesia di antaranya berada di Jakarta yang baik mikro maupun makro menjamur di setiap sudut Kota Jakarta. Keberadaan usahanya yang kecil dan kegiatan pemasarannya mampu menciptakan masyarakat yang memiliki sumber penghasilan mandiri dan tidak bergantung pada pihak lain untuk memenuhi kebutuhannya dan usaha kecilnya, selama ini juga banyak berperan membantu pemerintah dalam menciptakan lapangan pekerjaan, terutama bagi masyarakat yang berpendidikan rendah khususnya di Jakarta.

Di Jakarta Selatan ada banyak coffee Shop yang buka termasuk didaerah pasar minggu juga sudah ada ialah kopi Okinawa, Kopi dari Hati, Bube Pasar Minggu, dan Tuku Kopi. persaingan antara coffee shop semakin tinggi di wilayah pasar minggu ini karna jaman sekarang sudah banyak anak muda yang nongkrong dan mengerjakan tugas di tempat coffee shop.

¹ <https://www.portonews.com/2022/keuangan-dan-portfolio/perdagangan-dan-jasa/ada-2-950-lebih-kedai-kopi-lahir-dari-kaum-muda/>

Kopi Dodol merupakan salah satu dari sekian gerai kopi yang berada di kawasan Jakarta. Kopi Dodol telah membuka beberapa cabang yang seluruhnya beroperasi pada tahun 2018 di kawasan Jakarta, beberapa cabang Kopi Dodol adalah Kopi Dodol Ragunan, Kopi Dodol Tebet, Kopi Dodol Cempaka Putih, dan Kopi Dodol Pos Bloc Jakarta.

Di antaranya dalam suatu bisnis melalui komunikasi pemasaran yang dilakukan, diharapkan dapat menambah omset dan penghasilan bagi Kopi Dodol diseluruh cabangnya. Berdasarkan data *sales summary by branch report* terlihat bahwa sejak bulan September 2022 hingga Mei 2023 terjadi penurunan penghasilan yang cukup drastis. Hal tersebut menjadi suatu permasalahan serius yang perlu di kaji oleh internal Kopi Dodol, maka dilakukanlah komunikasi pemasaran agar lebih banyak masyarakat yang kembali berkunjung ke Kopi Dodol.

Berdasarkan paparan data *sales summary by branch report* disajikan data pendapatan Kopi Dodol di seluruh cabangnya, pada bulan September 2022 total penghasilan seluruh cabang Kopi Dodol sebanyak Rp.58.836.000.00 rupiah dan pada bulan Mei 2023 penghasilan yang didapatkan menurun menjadi Rp.13.716.000.00 rupiah. Puncak dari total penghasilan seluruh cabang Kopi Dodol adalah pada bulan Februari 2023 dimana Kopi Dodol memiliki total penghasilan sebanyak Rp.173.951.300.00 rupiah.

Kopi Dodol Pasar Minggu	
SEPTEMBER 2022	Rp.15,628,000.00

OKTOBER 2022	Rp.56,096,500.00
NOVEMBER 2022	Rp.19,537,000.00
DESEMBER 2022	Rp.12,192,500.00
JANUARI 2023	Rp.54,557,000.00
FEBUARI 2023	Rp.62,723,500.00
MARET 2023	Rp.37,036,000.00
APRIL 2023	Rp.4,826,000.00 ²

Pemilik coffee shop menyadari bahwa komunikasi pemasaran di saat ini sangat dibutuhkan untuk mempertahankan posisinya di industri minuman dan mengedepankan semua keunggulan yang dimiliki. Pemilik harus siap dengan segala resiko yang dapat membahayakan kelangsungan coffee shop dan dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk mempertahankan posisi coffee shop misalnya dengan meningkatkan pelayanan dan harus mampu membuat komunikasi pemasaran yang mampu bersaing dengan coffee shop lainnya.

² Data tersebut di peroleh dari fadil melalui via Whatsapp pada Jumat, 12 Mei 2023 jam 18:33

Dalam rangka meningkatkan daya tarik konsumen untuk datang ke kopi dodol pemilik melakukan komunikasi pemasaran terpadu. Berdasarkan uraian dan paparan permasalahan di atas, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DI KOPI DODOL PASAR MINGGU DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK KONSUMEN “**

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan penjelasan di latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan rumusan masalah di dalam penelitian ini sebagai berikut :

Bagaimana komunikasi pemasaran terpadu kopi dodol Pasar Minggu dalam meningkatkan daya tarik konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran terpadu kopi dodol Pasar Minggu dalam meningkatkan daya tarik konsumen.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap wawasan serta perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi pemasaran terpadu.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, baik itu penelitian pada bidang yang sama atau di bidang lain.

2. Manfaat Praktis:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku usaha yang ingin meningkatkan daya tarik konsumen.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi para *entrepreneur* pemula yang ingin terjun ke dunia bisnis terutama pada bidang *coffee shop*.

1.5. Sistematika Penulisan

Dalam menyusun penelitian ini, diperlukan tahapan-tahapan penulisan yaitu sebagai berikut :

- BAB 1 : Pendahuluan

Isi dalam bab ini yaitu bab ini latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

- BAB II : Kajian Pustaka

Isi dalam bab ini yaitu penelitian terdahulu, landasan teori, konsep yang di gunakan.

- BAB III : Metodologi Penelitian

Isi dalam bab ini yaitu pendekatan penelitian, penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan analisis data, teknik keabsahan data, lokasi dan jadwal penelitian.

- **BAB IV : Hasil dan Pembahasan Penelitian**

Isi dalam bab ini membahas tentang objek penelitian, penentuan informan dan pembahasan mengenai hasil penelitian berdasarkan observasi yang telah peneliti lakukan

- **BAB V : Kesimpulan dan Saran**

Isi dalam bab ini membahas tentang hasil kesimpulan penelitian dan saran yang peneliti berikan mengenai permasalahan dalam penelitian.

