

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Heri, Prasetyo (2016) *Pengaruh Media Sosial, Persepsi Harga, Lokasi, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen* Seiring berjalannya globalisasi, perkembangan ekonomi dan kemajuan teknologi dapat dilihat di segala bidang. Salah satu industri di bidang kedai kopi mengalami pertumbuhan yang sangat tinggi. Hal ini mendorong banyak pengusaha yang sudah ada, dan juga menimbulkan persaingan yang ketat antar kedai kopi. Minum kopi sudah lama menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia. Hal ini sudah menjadi gaya hidup masyarakat saat ini mengingat peluang bisnis yang sangat bagus ini, banyak pengusaha yang tertarik menjalankan bisnis ini. Kafe ini menawarkan bermacam berbagai menu olahan kopi, namun juga menawarkan makanan ringan dan berat serta minuman olahan kopi tersedia.

Di Indonesia, kopi dinikmati oleh semua kalangan baik remaja, dewasa, maupun lansia. Tidak hanya menarik untuk dijadikan kajian karena banyak konsumen yang datang berbelanja, bahkan konsumen rela antri untuk makan dan minum di kafe karena harus bergantian makan dan minum bersama konsumen lainnya. Kedai kopi pun mampu bertahan dari tahun ke tahun. Dan setiap perusahaan harus mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan terhadap semakin banyaknya pesaing di industri yang sama. Salah satu upaya suatu perusahaan untuk tetap bertahan dalam bidang kegiatannya adalah dengan memperhatikan promosi yang mempengaruhi customer service, jumlah, lokasi, dan kepuasan konsumen. Hal ini didorong oleh minat masyarakat untuk mencoba berbagai cara dalam membuat kopi. Selain itu, rasa ingin tahu masyarakat terhadap tempat-tempat baru pun semakin meningkat.

Produk merupakan seluruh suatu yang bisa ditawarkan, dimohon, ditemui, dibeli, disewa, digunakan, ataupun disantap oleh suatu produsen di pasar (baik pasar konsumen maupun pasar industri) dalam syarat pokok pasar. Barang merupakan masalah penting yang menentukan memuaskan pelanggan seduah tansaksi dan penggunaan barang. Jika barang berkualitas sempurna akan memakai dan kebutuhan pelanggan terhadap produk tersebut akan terpenuhi. Maka ini banyak sekali jasa pesaing, termasuk produk kecantikan. Memahami faktor-faktor yang menjadi pertimbangan pelanggan saat membeli produk ini dapat membantu Klinik Perawatan Kulit Bellagio mempengaruhi dan mempertahankan pelanggan serta membantu Klinik Perawatan Kulit Bellagio tetap bertahan dalam bisnis pada saat krisis dan persaingan bisnis.

Dengan banyaknya pesaing saat ini, produsen perlu lebih memikirkan bagaimana cara menarik perhatian konsumen agar tetap membeli produk yang ditawarkan oleh produsen. Dan kehadiran Internetlah yang mendorong tren kerja seperti itu dan inilah yang dimanfaatkan oleh kedai kopi. Dengan menyediakan koneksi Wi-Fi gratis, pengelola kafe mengajak pelanggan menikmati kopi dan berbagai suguhan lainnya dengan bonus tambahan koneksi Internet gratis.

Tabel 1.1

Data Pengunjung Coffe Shop di Daerah Tebet Tahun 2020-2022

No	Daftar Tempat Kopi	2020	2021	2022
		1.	Kopi lojik	41%
2.	Kopi Nako Tebet	30%	28%	26%
3.	Kopi Janji Jiwa	53%	58%	41%

Sumber : Google Trends

Terlihat dari data pada tabel 1.1, bahwa Kopi Nako cabang Tebet pada tahun 2020 mengalami penurunan dalam pengunjung sampai tahun 2022, karena dari permasalahan diatas ialah dari segi kualitas produknya

kurang mendukung, persepsi harganya lebih jauh mahal dibandingkan dengan coffee shop lain dan segi promosi yang dilakukan Kopi Nako ini kurang memadai secara media sosial maupun secara event, sehingga secara tidak langsung sangat berpengaruh dalam pengunjung bisa membandingkan dengan coffee shop lain. Hal ini juga disebabkan kuatnya persaingan pengunjung coffee shop dalam kepuasan konsumen, Oleh karena itu, pentingnya dalam mengetahui pengaruh media sosial tik tok, jumlah, dan barang kepada kepuasan konsumen pada Kopi Nako cabang Tebet.

Aktifitas ngopi sudah menjadi gaya hidup yang tidak bisa dipungkiri oleh kalangan anak muda. Minuman kopi yang biasa kita konsumsi memiliki banyak sekali manfaat salah satu dari meningkatkan mood, meningkatkan stamina, mencegah kanker, mengurangi resiko diabetes, mengurangi penyakit alzheimer, mengurangi penyakit demensia, menghilangkan stress dan depresi, dan mencegah penuaan dini dan kopi juga bisa untuk teman belajar, bekerja, nongkrong bareng teman, hingga pasangan terbaik saat ngemil.

Terlebih lagi, gaya hidup masyarakat saat ini meningkatkan peluang pasar kopi, tidak hanya secara global tetapi juga di dalam negeri. Dapat dikatakan bahwa kopi membawa peluang pengembangan yang besar. Meningkatnya kehadiran kopi di Indonesia menyebabkan bertambahnya jumlah kedai kopi dan meluncurkan sejumlah ide untuk memenuhi permintaan konsumen. Banyak faktor yang mempengaruhi berbelanja di kedai kopi seperti kualitas produk, pelayanan, lokasi, merek, harga, promosi, dll. Untuk mengatasi persaingan antar entitas ekonomi, mereka harus menentukan strategi pemasaran yang ditujukan kepada konsumen.

Salah satunya coffee shop yang tengah hadir di masyarakat yaitu Kopi Nako cabang di Tebet yang beralamat Jl. Tebet Barat Dalam X Parkiran No.10, RT.10/RW.5, Tebet Bar., Kec. Tebet, Kota Jakarta Selatan. *Owner sendiri Kopi Nako ialah JB Khrisna Susanto, Sejarah Kopi Nako,*

sebagai salah satu contoh UMKM yang tergolong berkembang dengan pesat ditandai oleh keberhasilannya membuka 39 cabang hanya dalam waktu 5 tahun dari saat pertama kali didirikan. Dalam program Trijaya UKM Forum pada Rabu (10/5/23), Khrisna menceritakan banyak hal, mulai dari sejarah berdirinya Kopi Nako, hingga perkembangan bisnisnya saat ini.

Nama Kopi Nako sendiri merupakan hasil inspirasi dari kaca nako dan sebagai singkatan dari Nasi-Kopi, seperti awal mula bisnis yaitu membuat warteg nasi didampingi kopi sebagai pelengkap saat makan. Dengan anak muda sebagai target market utama, dalam pengembangan bisnis Kopi Nako, Khrisna memiliki fokus utama ke area outdoor yang nyaman, luas, dan terfasilitasi dengan stop kontak dan wifi. Fasilitas tersebut merupakan nilai tambah bagi Kopi Nako yang sudah menyediakan menu variatif dengan harga yang cukup terjangkau bagi sebagian besar kalangan masyarakat.

Kopi Nako hampir setiap hari digandrungi wisatawan karena memiliki desain yang sangat unik dan menyerupai “Kaca Nako” serta memiliki lokasi yang instagrammable sehingga menarik minat masyarakat untuk berkunjung ke Kopi Nako. Persaingan perdagangan di dunia kopi nampaknya semakin hari semakin ketat bersaing. Persaingan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga yang sangat ketat ialah para usaha di bidang kopi untuk mampu memberikan barang berkualitas dengan harga yang terjangkau kepada konsumen. Pengusaha diharapkan juga akan dikembangkan produk nyaman dan inovatif dalam memenuhi harapan konsumen, dan kepuasan akan meningkatkan kemauan konsumen untuk membeli di masa depan. Dari keterangan pendahuluan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **”Pengaruh Media Sosial Tik Tok, Jumlah, dan Barang Kepada Konsumen Kopi Nako Cabang Tebet”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah media sosial tik tok mempengaruhi kepada pelanggan pada Kopi Nako cabang Tebet?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Nako cabang Tebet?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Nako cabang Tebet?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh Media Sosial Tik Tok terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Nako cabang Tebet.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Nako cabang Tebet
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Nako cabang Tebet

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini juga harus mengikuti prinsip kepentingan yang obyektif, sehingga dapat memberikan beberapa kontribusi yang berguna, mendukung pengambilan keputusan dan memberikan solusi bagi pihak-pihak yang akan menggunakan penelitian ini. Beberapa manfaat yang dapat diperoleh antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Bagi Perusahaan, untuk meningkatkan pengetahuan dan sebagai bahan dokumen penelaian bagi cabang tebet perusahaan dapat lebih memhami secara perlahan menghadapi Media Sosial Tik Tok, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Nako cabang Tebet

2. Bagi Akademis

Bagi Akademis, sebagai referensi dalam melakukan penelitian lanjutan mengenai menghadapi Pengaruh Media Sosial Tik Tok,

Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Nako cabang Tebet sebagai acuan umum bagi pembaca dalam menentukan definisi topik penelitian.

3. Bagi Penulis

Bagi penulis, penelitian ini dijadikan sebagai referensi berupa penerapan pengetahuan yang diperoleh selama proses penelitian, serta pengetahuan tambahan untuk mengetahui bagaimana mendeskripsikan penelitian tentang pengaruh Media Sosial, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen Kopi Nako cabang Tebet, dan tentang penerapan ilmu dalam kurikulum manajemen universitas nasional pada pekerjaan dan persyaratan sarjana.

