

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini di Indonesia semakin berkembang terutama di bidang industri kuliner, untuk memenuhi suatu kebutuhan primer seperti bisnis kuliner menjadi bisnis yang menjanjikan, perkembangan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu seperti demografi, tingkat ekonomi yang meningkat serta pola hidup masyarakat. Pada saat ini pasar bisnis segala jenis usaha di Indonesia mengalami banyak perkembangan seiring dengan berkembangnya perekonomian dan perubahan teknologi serta cepatnya informasi yang masuk. Hal ini dapat dilihat dari maraknya bisnis kuliner dari berbagai konsep, seperti restoran, café dan coffee shop.

Akhir-akhir ini Indonesia sangat meningkat dikarenakan adanya minuman yaitu kopi yang kini banyak diminati oleh banyak orang baik itu dari anak muda hingga orang tua. Meskipun kopi memiliki khasnya di beberapa negara termasuk Indonesia, karena zaman dahulu kopi yang berasal dari Indonesia merupakan bibit yang dibawa oleh Belanda saat Indonesia dijajah oleh Belanda. Kopi yang kita nikmati sekarang ini adalah kopi yang berasal dari jeri payah dan tindakan tanam paksa oleh Belanda kepada pahlawan kita. Para leluhur dan pahlawan kita dipaksa bercocok tanam demi keuntungan Belanda, hingga saat ini kopi meluas ke pulau Jawa, Sumatera, dan Sulawesi.

Bisnis ini yaitu *coffee shop* masuk ke Indonesia sejak tahun 2000-an, yang dimana kehadirannya tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan fungsional tetapi sudah mengarah ke kebutuhan emosional. Kebanyakan orang menikmati kopi untuk bersantai dan bukan hanya untuk menikmati kopi saja. Hal ini dikarenakan dampak dari perubahan gaya hidup masyarakat yang dipengaruhi oleh kebudayaan masyarakat barat.

Indonesia merupakan negara produsen kopi keempat terbesar didunia. Indonesia negara yang memiliki jumlah jenis kopi arabika atau tradisional terbanyak didunia. Terdapat empat jenis kopi tradisional asli Indonesia yaitu kopi arabica, kopi robusta, kopi liberica dan kopi excelsa, yang ternyata banyak mencuri perhatian dari kalangan penikmat kopi di dunia. Berdasarkan hal tersebut memunculkan peluang-peluang usaha bagi para pebisnis di Indonesia, sehingga saat ini marak kedai kopi lokal yang mengusung kopi Indonesia.

Budaya meminum kopi di Indonesia sudah terjadi sejak dulu, mulai dari warung kopi hingga menjadi kedai kopi yang dikarenakan berkembangnya perekonomian. Meminum kopi sekarang bukan hanya mengenai selera saja tetapi sudah menjadi gaya hidup masyarakat. Sekarang kedai kopi atau *coffee shop* menjadi tempat proses pergaulan sosial dimana *coffee shop* dapat menjadi tempat berkumpul, nongkrong dan juga rapat ataupun hanya sebagai tempat istirahat.

Tidak harus menjadi penggemar berat kopi untuk bisa mengunjungi *coffee shop*, sebab *coffee shop* sudah menjadi bagian dari gaya hidup

perkotaan. Walaupun menyeduh kopi dapat dilakukan sendiri dirumah, tetapi duduk di coffee shop memang memberikan suasana berbeda. Selain dari variasi menu kebutuhan untuk bersosialisasi menjadi satu alasan yang kuat mengapa banyak orang menyukai tempat nongkrong ini yaitu coffee shop.

Coffee shop sendiri diartikan adalah sebuah café yang menyediakan berbagai jenis kopi dan minuman alkohol lainnya dalam suasana santai, tempat yang nyaman dengan dilengkapi oleh alunan musik, baik dengan menggunakan pemutar musik ataupun dengan live music, menyediakan televisi dan bacaan, desain interior khas, pelayanan yang ramah dan beberapa coffee shop menyediakan internet. Kata café dalam arti (*coffee shop*) berasal dari bahasa Prancis, café yang artinya juga kopi. Coffee shop erat kaitannya dengan industri kuliner, karena industri kuliner adalah sebuah bisnis makanan yang menjadi kebutuhan dasar bagi setiap manusia yang harus di penuhi. Dengan adanya coffee shop ini adalah untuk menjadi sebuah tempat yang menyediakan kopi dan makanan yang menjadi daya tarik bagi para penikmat kopi. Coffee shop ini biasanya menyediakan kopi terbaik, karena itu coffee shop selalu menjadi tempat yang selalu di datangi oleh penikmat kopi.

Kabupaten Sumenep merupakan kabupaten ujung timur pulau Madura, Provinsi Jawa Timur. Dahulu Kabupaten Sumenep dikenal sebagai kerajaan. Perkembangan zaman telah mengubah dimensi masyarakat adat menjadi masyarakat global yang berdampak terhadap

gaya hidup seseorang termasuk dalam memenuhi kebutuhan hiburan. Rutinitas yang cukup tinggi mengakibatkan minimnya kesempatan untuk memikirkan hiburan.

Sehingga munculah banyak *coffee shop* yang menawarkan varian kopinya. Pengunjung dapat memperoleh keinginannya sekaligus dalam satu tempat misalnya pengunjung dapat menikmati hiburan yang telah disediakan di *coffee shop* tersebut dengan menikmati hidangan yang disediakan oleh *coffee shop* tersebut dengan memanfaatkan fasilitas yang ada seperti *hotspot* atau *wifi* yang dikini banyak ditawarkan di *coffee shop* yang ada di Kabupaten Sumenep.

Kabupaten Sumenep sudah memiliki banyak perusahaan di bidang produk maupun jasa yang memungkinkan bagi perusahaan lain harus memiliki strategi-strategi yang lebih memuaskan para konsumennya agar menambah minat beli terhadap produk yang dihasilkan. Di kawasan kabupaten Sumenep juga banyak berdiri perusahaan yang bergerak dalam bentuk cafe seperti cafe taneyan, simpel cafe, ayoka cafe, Classic Coffee dan lainnya. Banyaknya perusahaan tersebut merupakan bentuk pesaing bagi pelaku bisnis dalam bentuk cafe, meskipun produk yang di tawarkan perusahaan berbeda namun dengan kriteria yang sama.

Tabel 1.1
Data pesaing café.

Nama Cafe	Tahun Berdiri	Alamat
Classiccoffee	2018	Desa Babbalan
Ayoka Cafe	2017	Desa Pajagalan
Kedai KW	2021	Desa Pajagalan
Taneyan Cafe	2021	Desa Kebunan
Simple Cafe	2017	Desa kolor

Sumber: Diolah tahun 2022.

Saat ini di kota Sumenep semakin marak coffee shop atau kedai kopi baru yang berdiri dan tersebar diseluruh pelosok kota. Ketertarikan dari para pengusaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman untuk membuat tempat usaha yang juga menyajikan menu berbahan dasar kopi terdapat juga di kota Sumenep.

Dalam menghadapi persaingan maka pengusaha yang bergerak dibidang makanan dan minuman khususnya coffee shop harus berlomba-lomba menciptakan keunggulan untuk mendorong produknya tetap bertahan didalam persaingan. Banyak faktor yang harus diperhatikan oleh coffee shop untuk bertahan atau tetap menjalankan usahanya, diantaranya *Word Of Mouth*, harga dan lokasi yang akan diberikan kepada konsumen.

Salah satu cafe di kabupaten Sumenep yaitu Classic Coffee. yang sekarang mempunyai dua cabang di daerah kabupaten Sumenep. Classic Coffee berada di desa kebunagung dan di desa babbalan kabupaten Sumenep. Classic Coffee ini bergerak di bidang restoran makanan dan minuman. Akan tetapi Classic Coffee ini berdominan memasarkan produk kopi unggulannya yang ditawarkan kepada konsumen

Banyaknya para pesaing Classic Coffee di kabupaten Sumenep membuat ownernya mencari strategi yang bisa membuat para kosumen semakin merasa puas terhadap produk yang dihasilkan Classic Coffee agar para konsumen Classic Coffee tidak merasa kecewa yang akan mengakibatkan ketidak loyalnya konsumen terhadap perusahaan Classic Coffee yang nantinya juga akan berdampak buruk bagi keberlangsungan dan tujuan yang telah direncanakan perusahaan ini.

Penurunan penjualan dalam akhir-akhir ini di sebabkan oleh kurangnya minat beli dari konsumen yang diakibatkan oleh beberapa permasalahan strategi pemasarannya.

Dari latar belakang yang telah di uraikan diatas, maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh *Word Of Mouth*, Harga, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Produk Classic Coffee Sumenep”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap minat beli produk Classic Coffee Sumenep ?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Minat beli produk Classic Coffee Sumenep?
3. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Minat Beli produk Classic Coffee Sumenep?

4. Apakah *Word Of Mouth*, Lokasi, dan Harga berpengaruh terhadap Minat beli produk Classic Coffee Sumenep?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah di atas , adapun tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Minat beli produk Classic Coffee Sumenep.
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Minat beli produk Classic Coffee Sumenep.
3. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Minat beli produk Classic Coffee Sumenep.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Word Of Mouth*, Harga, dan Lokasi secara simultan terhadap Minat beli produk Classic Coffee Sumenep.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil peneletian ini di harapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang pemasaran dan juga untuk menambah pengetahuan tentang *Word Of Mouth*, *Harga* dan Lokasi terhadap minat beli Produk.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi referensi dan bermanfaat bagi pemilik dalam menerapkan strategi pemasaran dalam hal, pengaruh *Word Of Mouth*, *Harga* dan lokasi terhadap minat beli Produk Classicoffee Sumenep.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi yang bermanfaat sebagai bahanbacaan sekaligus menjadi bahan acuan jika dilakukan penelitian yang sejenis.

4. Peneliti Selanjutnya

Sebagai referensi dan perbandingan untuk meneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang sejenis di masa yang akan datang dan untuk menambah literatur di bidang penelitian yang sejenis.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini yang akan dilakukan berfokus pada pengaruh *Word Of Mouth*, Harga, dan Lokasi terhadap minat beli konsumen produk Classic Coffee yang berlokasi di Jl Lingkar Barat Desa Babbalan Kabupaten Sumenep.