BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman di era globalisasi ini, bisnis kuliner mengalami perkembangan yang pesat. Industri kuliner di Indonesia semakin berkembang, permintaan untuk memenuhi kebutuhan primer seperti bisnis kuliner menjadi bisnis yang menjanjikan, perkembangan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti demografi, tingkat ekonomi yang meningkat serta gaya hidup masyarakat. Hal ini dapat di lihat dari menjamurnya bisnis kuliner dari berbagai konsep, seperti konsep Restoran, *Cafe*, dan *Coffee* shop. Salah satu bisnis yang sedang *tren* yaitu bisnis kedai kopi (*coffee shop*).

Coffee shop adalah sebuah *café* yang menyediakan berbagai jenis kopi dan minuman non alkohol lainnya dengan suasana santai, tempat yang nyaman dan di lengkapi dengan musik, baik lewat pemutar musik ataupun *live music*, desain interior khas, pelayanan yang ramah, dan beberapa di antaranya menyediakan *intenet* gratis (*free W-Fi*). Kata *cafe* dalam (dalam arti kedai kopi, *coffee shop*) berasal dari bahasa Prancis, *café*, yang artinya juga kopi. *Coffee shop* adalah sebuah tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi dan makanan yang menjadi daya tarik bagi para penikmat kopi. *Coffee shop* erat kaitannya dengan kuliner sebagai penyedia kopi terbaik, karena itu *coffee shop* selalu menjadi tempat yang baik untuk disinggahi oleh penikmat kopi. Banyaknya penikmat kopi yang lebih memilih meminum kopi di *coffee*

shop karena cita rasa kopi yang dihasilkan *coffee shop* akan berbeda dengan rasa yang dihasilkan oleh penyedia kopi seperti restoran lainnya.

Berbagai jenis kopi yang diciptakan langsung oleh *coffee shop* memiliki kualitas rasa yang baik. Hal ini karena kopi yang dihasilkan berasal dari tangan-tangan para barista di *coffee shop*, yang memiliki keseriusan dan *passion* tersendiri dalam menyajikan kopi yang lezat. Oleh karena itu, hingga saat ini, banyak penikmat kopi masih lebih memilih untuk menikmati kopi di *coffee shop*, karena mereka dapat merasakan kualitas kopi yang tepat. *Coffee shop* memiliki keterkaitan erat dengan sektor kuliner. Pada dasarnya, kuliner menjadi kebutuhan penting bagi manusia, sehingga keberadaan *coffee shop* juga turut menunjang keberhasilan industri kuliner di suatu kota.

Coffee shop memiliki keterkaitan erat dengan sektor kuliner. Pada dasarnya, kuliner menjadi kebutuhan penting bagi manusia, sehingga keberadaan *coffee shop* juga turut menunjang keberhasilan industri kuliner di suatu kota.Lampung termasuk wilayah penghasil kopi di Indonesia. Sejumlah kopi Lampung yang dihasilkan juga terkenal punya cita rasa yang khas dan nikmat. Dilansir Badan Pusat Statistik (BPS), produksi kopi Indonesia mencapai 794,8 ribu ton pada tahun 2022. Adapun Lampung merupakan provinsi penghasil kopi terbanyak kedua di Indonesia, dengan produksi kopinya sejumlah 124,5 ribu ton atau 15,6 persen dari total produksi kopi nasional. Kopi bisa dibilang menjadi komoditas perkebunan unggulan Provinsi Lampung. Selain itu, sebagian besar biji kopi yang diproduksi, diekspor ke sejumlah negara-negara di dunia (Tibratanews.lampung).

Kota Bandar Lampung memiliki peluang besar untuk tumbuh dan berkembang di masa depan, seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap kopi. Kopi telah menjadi salah satu minuman yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia secara luas.

Maraknya usaha kuliner di Kota Bandar Lampung tidak terlepas dari pertumbuhan penduduk di kota tersebut. Semakin meningkatnya jumlah penduduk setiap tahunnya, secara tidak langsung juga meningkatkan kebutuhan hidup yang harus dipenuhi, khususnya kebutuhan pangan. Dengan semakin banyaknya penduduk Kota Bandar Lampung, potensi pasar untuk usaha kuliner, termasuk *coffee shop*, menjadi semakin besar. Hal ini didukung oleh meningkatnya konsumsi kopi di kalangan masyarakat Indonesia secara umum. Sehingga, Kota Bandar Lampung memiliki peluang yang baik untuk mengembangkan industri kuliner, khususnya bisnis *coffee shop*, di masa mendatang.

Tingginya minat masyarakat terhadap kopi, serta jumlah penduduk Kota Bandar Lampung yang terus bertambah, menjadikan kota ini memiliki prospek yang cerah untuk tumbuh dan berkembang, terutama dalam sektor kuliner dan bisnis coffee shop.Kota Bandar Lampung adalah Kota dengan segudang wisata kuliner. Perkembangannya kuliner di Bandar Lampung berkembang sangat pesat membuat konsumen selalu mencari apa yang diinginkan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Berikut ini merupakan daftar *coffee shop* di kota Bandar Lampung tahun 2023 yang dapat dilihat pada **Tabel 1.1**:

Tabel 1. 1

Daftar *Coffee Shop* di Kota Bandar Lampung

Nama Coffee Shop	Alamat
Kopi Kenangan	Jln. ZA. Pagar Alam No. 51, Labuhan Ratu, Kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung
Kopi Ketje	Jln. ZA. Pagar Alam Labuan Ratu, Kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung
Kopi Nako Lampung	Jln. Sultan Agung, Kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung
Kopi Sheo	Jln. ZA. Pagar Alam, Gedong Meneng, Kec. Rajabasa, Kota Bandar Lampung
Point Coffee	Jln. ZA. Pagar Alam No. 26, Labuan Ratu, Kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung
Nuju Coffee	Jln. ZA. Pagar Alam No. 115, Kec. Rajabasa, Kota Bandar Lampung
Tomoro Coffee	Jln. Prof. Dr. Ir. Sumantri Bojonegoro, Gedong Meneng, Kec. Rajabasa, Kota Bandar Lampung

Sumber : Data Diolah Penulis, 2024

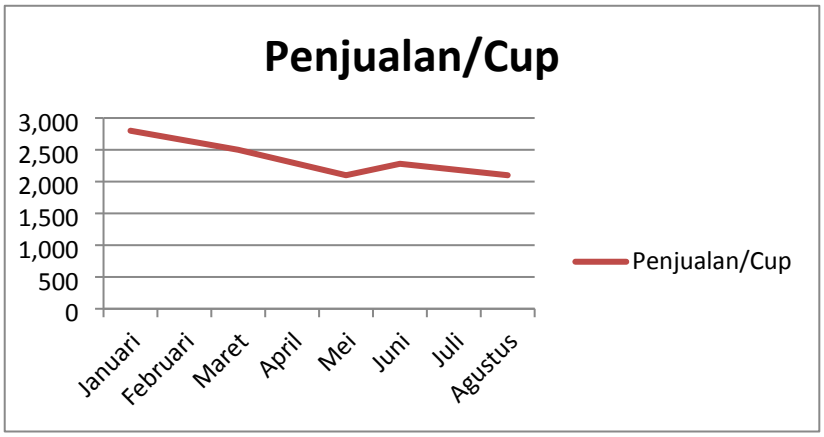
Berdasarkan **Tabel 1.1** menggambarkan bahwa bisnis *coffee shop* di Kota Bandar Lampung sangat tinggi. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya

coffee shop yang terdapat di Kota Bandar Lampung. Salah satu kedai kopi yang ada di Kota Bandar Lampung yaitu Nuju *Coffee* Kedaton yang berada di Jalan ZA. Pagar Alam No.115, Gedong Meneng, Kec. Rajabasa, Kota Bandar Lampung memiliki konsep dikhususkan bagi mahasiswa sehingga nyaman untuk mengerjakan tugas ataupun sekedar bersantai, memiliki konsep interior dan eksterior bangunan serba putih, yang bertema *vintage* dan *roastery*. Nuju *Coffee* Kedaton merupakan *coffee shop* yang sering dikunjungi oleh konsumen terutama mahasiswa karena lokasinya beredekatan dengan kampus-kampus yang ada di Kota Bandar Lampung. Untuk tempat duduk tidak terlalu banyak yakni hanya sekitar tiga meja besar di tengah ruangan dan empat meja individu di depan barista. Untuk outdoor ada tiga sampai lima meja. Tempat parkir pun cukup luas karena muat untuk banyak motor dan sekitar tiga mobil. Nuju *Coffee* Kedaton buka mulai pukul 08.00 sampai 01.00 WIB. Untuk menunya ada minuman kopi, non kopi, dan aneka camilan seperti *cake*, *cookie*, dan donat.

Untuk itu Nuju *Coffee* Kedaton harus mampu mengenali beberapa ancaman dan kelemahan yang dimiliki oleh kedai tersebut. Disini harus sering melakukan evaluasi terhadap kualitas produk dan layanan yang diterima oleh pelanggan, agar pesaing tidak mudah merebut pangsa pasar yang sudah ada dan bagaimana cara mempertahankan pelanggan.

Gambar 1. 1

Grafik Penjualan Nuju *Coffee* Kedaton Bulan Januari – Agustus 2023



Sumber : Nuju Coffee Kedaton 2023

Berdasarkan **Gambar 1.2** menyatakan bahwa penjualan Nuju *Coffee* Kedaton selama bulan Januari-Agustus tahun 2023 terus mengalami penurunan, dimana pada bulan Agustus penjualan menurun mencapai 2100 cup/ bulan. Penurunan penjualan pada Nuju *Coffee* Kedaton yang terjadi menunjukan bahwa konsumen kurang tertarik membeli kopi di Nuju *Coffee* Kedaton. Walaupun penjualan menurun, Nuju *Coffee* terus berusaha mempertahankan penjualan agar terus meningkat dimasa yang akan datang sehingga Nuju *Coffee* Kedaton terus meningkatkan strategi penjualan.

Salah satu strategi untuk mempertahankan konsumen untuk mempengaruhi keputusan pembelian di Nuju *Coffee* Kedaton yaitu promosi penjualan. Promosi penjualan merupakan salah satu aspek terpenting dalam pemasaran, karena dapat mengubah pola pikir konsumen yang semula tidak tertarik dengan produk menjadi tertarik. Dengan promosi penjualan tersebut

diharapkan konsumen mau membeli produk tersebut dan mendorong konsumen agar membeli produk secara berulang. Strategi promosi penjualan melalui internet khususnya pemasaran dengan menggunakan media sosial, dapat meningkatkan penjualan secara signifikan dan tidak memerlukan biaya pemasaran yang mahal. Selain itu, konsumen tidak harus bertemu langsung, sehingga mudah untuk mencari informasi tentang produk yang ingin mereka beli.

Promosi merupakan sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen.

Gambar 1. 2

Berbagai Promosi Penjualan di Nuju *Coffee* Kedaton

Sumber: *Instagram* Nuju *Coffee*

Berdasarkan **Gambar 1. 2** merupakan promosi penjualan yang dilakukan Nuju *Coffee* Kedaton berupa promosi melalui Instagram. Nuju *Coffee* mengadakan diskon, promo, dan undian kupon berhadiah kepada pelanggan

yang membeli produk makanan dan minuman. Promosi penjualan yang ada di Nuju *Coffee* Kedaton yaitu Ngopi Pagi Cuma 10k, Ngopi Nuju Akhir Bulan 10k, dan Nuju Ecer/ Ngopi Susu Cuma 7k. Namun hal ini tidak dapat menyatakan bahwa promosi yang dilakukan Nuju Coffe Kedaton sudah berpengaruh pada keputusan pembelian, karena banyak nya pesaing yang memperebutkan konsumen di bisnis kedai kopi di sekitar Kota Bandar Lampung semakin ketat. Maka dari itu diperlukan strategi yang jitu untuk saling memperebutkan konsumen. Dengan begitu strategi bersaing dapat diakukan dengan meningkatkan promosi penjualan. Promosi penjualan sudah semestinya dapat diprogramkan secara sistematis dan berkelanjutan sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen yang pada akhirnya dapat menaikkan omset penjualan. Adapun keputusan pembelian itu sendiri merupakan proses dari serangkai tahap keputusan pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen dari mulai pengenalan masalah, sampai perilaku pascapembelian. Dengan fenomena diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **"Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian di Nuju *Coffee* Kedaton Bandar Lampung"**

B. Rumusan Masalah

Apakah promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Nuju *Coffee* Kedaton Bandar Lampung?

C. Batasan Masalah

Penelitian ini mengkaji tentang Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian di Nuju *Coffee* Kedaton Bandar Lampung. Penelitian ini hanya dibatasi pada Promosi Penjualan (X), Keputusan Pembelian (Y).

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian di Nuju *Coffee* Kedaton Bandar Lampung.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Nuju *Coffee* Kedaton

   Sebagai bahan masukan pada Nuju *Coffee* Kedaton Bandar Lampung dan memberikan perhatian untuk menyesuaikan strategi promosi penjualan untuk meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan.

2. Bagi Keilmuan

   Bisa menambah pengetahuan bagi mahasiswa apabila ingin membuka jenis usaha yang sama.