

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang permasalahan penelitian, rumusan permasalahan penelitian, tujuan penelitian, batasan permasalahan penelitian dan sistematika penulisan.

1.1 Latar Belakang Permasalahan Penelitian

Industri makanan dan minuman memiliki peran unik dalam memperluas peluang ekonomi karena bersifat universal dan merupakan kebutuhan pokok manusia. Hal ini didasarkan pada teori Maslow yang mengatakan bahwa kebutuhan fisiologis untuk kelangsung hidup berupa udara, makanan, minuman, tempat tinggal, pakaian, kehangatan (McLeod 2018). Menurut Maslow, kebutuhan fisiologis adalah kebutuhan yang paling penting karena semua kebutuhan lain menjadi sekunder hingga kebutuhan fisiologis terpenuhi. Dalam hal ini, sebagian besar orang akan menanam, mengubah dan menjual makanan, terutama di negara berkembang di mana pertanian mendominasi semua sektor ekonomi dan salah satunya adalah Indonesia. Kontribusi industri makanan dan minuman (F&B) terhadap produk domestik bruto (PDB) meningkat terus selama empat tahun terakhir.

Belum lama ini, bisnis makanan dan minuman semakin berkembang khususnya pada bisnis restoran dan kafe-kafe seperti kedai kopi. Dikarenakan bisnis ini terus mengalami peningkatan dan berdampak baik pada sektor ekonomi,

8 juta usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia ditargetkan untuk melakukan perdagangan dengan cara *online* pada tahun 2019. Penggunaan TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) dalam memperdagangkan barang atau jasa mampu membantu dalam peningkatan akses pasar, menambah pendapatan dan ekspansi. Bahkan hal ini juga diharapkan dapat bertransaksi ke luar negeri.

Salah satu bisnis yang meningkat pada tahun terakhir ialah kedai kopi atau *coffee shop*. Kedai kopi telah mengambil peran tertentu dalam mempengaruhi perilaku sosial budaya dan konsumsi masyarakat di pasar karena Indonesia juga terkenal dengan penghasil biji kopi terbaik. Namun, banyak usaha ini yang gagal karena beberapa faktor antara lain kekurangan modal, manajemen yang masih sederhana serta banyak hilangnya konsumen lain yang pindah atau mencari produsen sejenis. Dengan begitu, perlu adanya penetapan strategi untuk dapat mendukung dan memasarkan produk yang dijual demi keberlangsungan usaha. Sebuah bisnis dapat dikatakan bagus dan berkembang jika mampu bertahan melalui penjualan yang bagus atau mengalami peningkatan penjualan dari waktu ke waktu.

Kedai kopi Etnokopi menjual berbagai jenis kopi, baik minuman dan makanan pendamping yang siap untuk dihidangkan. Salah satu tujuan adanya kedai Etnokopi adalah suatu tempat yang ditujukan untuk berkumpul bersama teman atau keluarga, mengerjakan tugas, mengadakan *meeting* atau reuni dengan menikmati kopi atau makanan ringan yang dijual tersedia di Etnokopi. Adanya permasalahan yang didapat oleh Etnokopi adalah mengalami penurunan jumlah pengunjung dari waktu ke waktu. Menurut narasumber, hal ini disebabkan antara lain lokasi yang kurang strategis, penetapan harga kelas menengah, serta strategi promosi yang

kurang tepat. Dengan adanya perumusan strategi pemasaran yang baru, maka hal ini memungkinkan penerapan strategi yang tepat untuk dapat mengevaluasi strategi alternatif secara objektif yang berdasarkan pada faktor internal dan eksternal yang akan diidentifikasi.

1.2 Rumusan Permasalahan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan yang didapat adalah Etnokopi mengalami penurunan pengunjung pada tahun 2019 dan belum mengetahui variabel apa yang menyebabkan hal tersebut terjadi. Sehingga perlu dilakukannya formulasi strategi untuk dapat meningkatkan pengunjung.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui alternatif strategi pemasaran apa yang dibutuhkan Etnokopi dengan menganalisa faktor dari lingkungan internal dan eksternal perusahaan menggunakan matriks SWOT agar usaha dapat berjalan lebih baik lagi.

1.4 Batasan Permasalahan Penelitian

Pembatasan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian dilakukan dari bulan Agustus 2019 - Desember 2019.
2. Pengambilan data tidak membahas mengenai keuangan pada kedai kopi Etnokopi.

3. Hasil penelitian sampai tahap rekomendasi usulan dan tidak sampai tahap implementasi.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam tugas akhir dibagi menjadi 5 bab sebagai berikut:

1. BAB I - PENDAHULUAN

Pada bab I diuraikan mengenai latar belakang permasalahan penelitian, rumusan permasalahan penelitian, tujuan penelitian, batasan permasalahan penelitian dan sistematika penulisan.

2. BAB II - LANDASAN TEORI

Pada bab II diuraikan mengenai *the strategic-management model*, *types of strategies*, pengertian pemasaran, *marketing mix (7P)*, *business model canvas (BMC)*, analisis SWOT dan hasil penelitian yang relevan.

3. BAB III - METODE PENELITIAN

Pada bab III diuraikan mengenai proses penelitian, instrumen penelitian, metode penelitian yang digunakan dan metode pembahasan hasil penelitian.

4. BAB IV – PENGUMPULAN, PENGOLAHAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV diuraikan mengenai data penelitian, responden penelitian, pengolahan data, analisis dan pembahasan hasil penelitian.

5. BAB V – KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V diuraikan mengenai kesimpulan penelitian yang dilakukan serta diberikan saran kepada restoran atau peneliti selanjutnya.

