

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu komoditas andalan dalam sektor perkebunan Indonesia. Peran komoditas kopi bagi perekonomian Indonesia cukup penting, baik sebagai sumber pendapatan bagi petani kopi, sumber devisa, melalui kegiatan pengolahan, pemasaran, dan perdagangan ekspor dan impor. Minum kopi sudah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia sejak zaman dahulu kala. Pasalnya, Indonesia adalah salah satu penghasil biji kopi terbaik di dunia.

Bisnis *coffee shop* masih dinilai sebagai bisnis yang menggiurkan. Sebab target pasarnya sangat banyak, tidak hanya para pecinta kopi melainkan juga masyarakat biasa. Sebab, ngopi di *coffee shop* atau kafe merupakan tren yang tak pernah lekang termakan zaman dan seakan telah membudaya bagi masyarakat Indonesia.

Dalam perkembangan dunia usaha yang begitu pesat belakangan ini masalah pemasaran merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi kemajuan perusahaan. Kegiatan penjualan adalah kegiatan yang penting, karena dengan adanya kegiatan penjualan tersebut maka akan terbentuk laba yang dapat menjamin

kelangsungan hidup perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya. Oleh karena itu untuk menarik konsumen melakukan pembelian maka perusahaan harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang di hadapi.

Pemasaran merupakan aktifitas yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menemukan kebutuhan manusia. Secara ringkas pemasaran bisa diartikan dengan sebagai “*meeting needs profitably*” yaitu bagaimana perusahaan bisa melayani kebutuhan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi konsumen dan perusahaan.

Salah satu perencanaan taktis dari strategi pemasaran adalah dengan menggunakan konsep *Marketing Mix* atau Bauran Pemasaran. Bauran Pemasaran adalah perangkat alat pemasaran teknis yang dapat dikendalikan, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari Produk (*Product*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*), dan Tempat (*Place*).

Karena semakin maraknya pertumbuhan kedai kopi dari tahun ke tahun,

menuntut pelaku usaha untuk melakukan strategi, agar usaha kedai kopi dapat memiliki daya saing. Salah satu hal yang perlu diperhatikan adalah faktor harga.

Harga merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian, karena sebagian besar konsumen pertama kali melihat harga sebelum membeli sebuah produk. Selain itu juga harga menjadi suatu hal yang sangat penting yang dapat mencerminkan produk tersebut. Harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Ketentuan harga yang tepat diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Keputusan pembelian oleh konsumen adalah keputusan yang melibatkan persepsi terhadap kualitas dari produk yang ditawarkan dan harga merupakan salah satu indikator yang menyebabkan konsumen melakukan keputusan pembelian. Konsumen tidak hanya menggunakan harga sebagai indikator kualitas tetapi juga sebagai indikator biaya yang dikorbankan untuk ditukar dengan produk atau manfaat produk tersebut. Banyak hal yang berkaitan dengan harga yang melatarbelakangi mengapa konsumen memilih suatu produk untuk dimilikinya. Salah satunya karena benar - benar ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk

tersebut, karena melihat kesempatan memiliki produk tersebut dengan harga yang lebih murah dari biasanya. Sehingga lebih ekonomis, karena ada kesempatan untuk mendapatkan hadiah dari pembelian produk tersebut, atau karena ingin dianggap konsumen itu bahwa tahu banyak tentang produk tersebut dan ingin dianggap loyal. Dengan demikian pembeli dapat membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan untuk mengalokasi dana yang dikehendaki.

Cafe Myloc yang berkedudukan di jalan Braga merupakan sebuah *coffe shop* yang berdiri pada tahun 2015. Seiring dengan pergantian tahun dan perkembangan bisnis *coffe shop* yang mulai meningkat di kota - kota besar terutama di kota Bandung. Myloc cafe ikut berperan dalam meramaikan *bisnis coffe shop* di kota Bandung. Konsep yang diusung Myloc Cafe adalah *Industrial Unfinished* yang di gabungkan dengan *Nature*. Konsep ini menggabungkan antara bangunan setengah jadi dengan *nature* yang identik dengan tumbuh-tumbuhan untuk menambah kesan sejuk pada ruangan cafe. Serta terus berusaha dalam meningkatkan pelayanan kepada pengunjung cafe.

Berdasarkan penelitian di Myloc Cafe pada pra penelitian. Peneliti melakukan beberapa survey kecil kepada beberapa orang teman yang sedang berkunjung bersama untuk dimintai pendapatnya tentang harga produk minuman

kopi pada cafe tersebut. Mayoritas dari beberapa orang tersebut mengatakan bahwa harga terlalu tinggi serta tidak sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dihasilkan.

Berangkat dari itu peneliti menyimpulkan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Pemilihan produk minuman kopi

Konsumen dalam pengambilan keputusan untuk membeli sebuah produk dapat ditentukan berdasarkan kebutuhan akan produk. Dalam hal ini, pemilihan produk minuman kopi pada objek penelitian terdapat indikator masalah pada keputusan pembelian karena harga produk minuman kopi yang terlalu tinggi.

2. Pemilihan merk minuman kopi

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang merk mana yang akan dibeli. Yang ditentukan berdasarkan rasa, kemasan, serta kenyamanan terhadap sebuah merk. Setiap merk memiliki perbedaan kelebihan dan kekurangannya tersendiri. Dalam hal ini pemilik harus menyadari bagaimana perilaku konsumen dalam memilih sebuah merk.

Hal ini disebabkan oleh :

1. Ketidaksesuaian harga dengan kualitas dan manfaat yang dihasilkan.

Sehingga, berdasarkan hasil observasi dan wawancara konsumen lebih memilih

untuk membeli produk minuman *non coffe* sebagai alternatif.

2. Daya saing harga yang harus mampu bersaing dengan pesaing. Serta kemasan yang lebih ikonik agar menjadi pembeda antara merk lain dan pengingat yang baik bagi konsumen.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga Produk Minuman Kopi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe MyLoc Bandung”**

1.2 Perumusan Masalah

Dengan meningkatnya bisnis *coffe shop* di kota kota besar menjadikan banyaknya persaingan yang sangat ketat di bisnis ini. Oleh karena itu pemilik atau perusahaan harus menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti harga. agar diharapkan dapat meningkatkan penjualan serta dapat bersaing. Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan sebagai berikut ::

1. Bagaimana gambaran umum Myloc Cafe Bandung?
2. Bagaimana pelaksanaan penetapan harga produk minuman kopi di Cafe Myloc Bandung?

3. Bagaimana Kondisi Keputusan Pembelian di Cafe Myloc Bandung ?
4. Seberapa besar pengaruh harga produk minuman kopi terhadap keputusan pembelian di Myloc Cafe Bandung?
5. Hambatan dan usaha apa saja dalam penentuan penetapan harga dan Keputusan Pembelian di Myloc Cafe Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditetapkan maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Mengetahui bagaimana gambaran umum Myloc Cafe Bandung.
2. Mengetahui bagaimana pelaksanaan penetapan harga produk minuman kopi di MyLoc Cafe Bandung.
3. Mengetahui Kondisi Keputusan Pembelian di MyLoc Cafe Bandung
4. Mengetahui seberapa besar pengaruh harga produk minuman kopi terhadap keputusan pembelian di MyLoc Cafe Bandung.
5. Mengetahui hambatan dan usaha dalam penetapan harga dan keputusan pembelian di Myloc Cafe Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat untuk beberapa pihak , antara lain :

1. Kegunaan Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan mengenai faktor harga yang dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan.

2. Kegunaan Praktis

(a.) Bagi Peneliti :

Dapat menambah pengetahuan peneliti mengenai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan dan memiliki gambaran tentang dunia kerja melalui penelitian skripsi.

(b). Bagi Pihak MyLoc Cafe

a. Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menerapkan harga produk minuman kopi.

b. Diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan yang bermanfaat untuk pengembangan cafe di tahun selanjutnya.

c. Bagi Pihak Lain :

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi maupun pengembangan terhadap permasalahan sejenis yang diteliti khususnya yang berhubungan dengan keputusan pembelian.

1.5 Lokasi Dan Lamanya Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan pada Cafe MyLoc yang terletak di Jl.Braga Bandung. Lamanya penelitian ini dilaksanakan selama enam (6) bulan dari mulai Februari 2021 sampai Juli 2021. Berikut jadwal penelitian yang telah diperkirakan oleh peneliti.

Tabel 1. 1
Jadwal Kegiatan Penelitian

NO	KETERANGAN	TAHUN 2020 -2021																											
		Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Penjajakan																												
2	Studi Kepustakaan																												
3	Pengajuan Judul																												
4	Penyusunan Usulan Penelitian																												
5	Seminar (Usulan Penelitian)																												
TAHAP PENELITIAN																													
1	Pengumpulan Data																												
	a. Observasi																												
	b. Wawancara																												
	c. Dokumentasi																												
2	Pengolahan Data																												
3	Analisis Data																												
TAHAP PENYUSUNAN																													
1	Pembuatan Laporan																												
2	Sidang Skripsi																												
3	Perbaikan																												

Sumber : Diolah oleh peneliti 2021