

BAB I

PENDAHULUAN

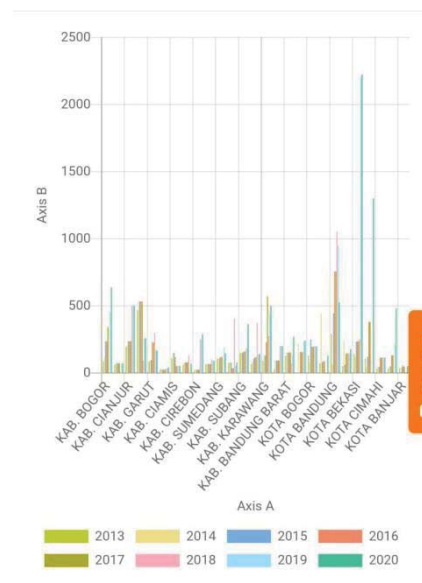
1.1 Latar Belakang

Peluang usaha merupakan sebuah kesempatan untuk menjalankan sebuah kegiatan bisnis yang dapat mendapatkan keuntungan dan meningkatkan minat jumlah konsumen dengan menggunakan strategi yang tepat. Banyak cara untuk melakukan pemasaran dengan menggunakan pemasaran digital atau pemasaran secara online, banyak para pelaku usaha yang menggunakan pemasaran online yang mana lebih mudah untuk diakses dan prosesnya lebih mudah dan efektif.

Seiring berjalannya waktu, pelaku bisnis akan selalu bertambah dan berinovasi. Salah satu bisnis yang sebegitu melejit dan menjamur diberbagai kota ialah bisnis kedai kopi atau biasa dikenal sebagai *coffee shop*. Menurut Kurniawan dan Sidiq (2016) *coffee shop* merupakan media yang menonjolkan ke identikan suatu tempat dalam menjual beragam aneka minuman kopi dan makanan ringan dalam menarik konsumen. Di Indonesia, bisnis kopi menjadi sasaran empuk dalam peran UMKM. Banyak dari mereka yang mendirikan bisnis *coffee shop* sebagai hobi, sehingga hal ini menjadi pengaruh gaya hidup di kota besar yang menyebar keseluruh wilayah.

Sebagaimana kita ketahui bahwa fenomena *coffee shop* berkembang cukup pesat. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Liang (2012) pada tahun 2020 kedai kopi perlu bekerja ekstra untuk menjaga minat pelanggan dalam meningkatkan

hubungan. Hal tersebut dinilai sangat penting sebab kuantitas pelanggan difokuskan terhadap kualitas kedai yang dapat dinilai secara langsung maupun lewat media sosial. Seperti yang dikutip dalam dataset provinsi Jawa Barat, pada tahun 2020 Kabupaten Sumedang terdiri dari 146 unit resto.



Gambar 1. 1 Grafik Peningkatan Jumlah Resto di Kab. Sumedang

Sumber : opendata.jabarprov

Permasalahan yang terjadi adalah di Jatinangor terdapat banyak sektor bisnis *Food & Beverages* (F&B). Bisnis *Food & Beverages* (F&B) dinilai paling siap memasuki sektor bisnis industri, karena industri ini menunjukkan tren pertumbuhan yang signifikan setiap tahunnya. Unit bisnis ini juga telah memanfaatkan teknologi untuk mendukung perkembangan bisnisnya. Fenomena seperti ini menjadi sebuah tantangan untuk para pelaku usaha *Food & Beverages* (F&B) di tengah banyaknya persaingan yang ketat dan semakin erat untuk tetap mempertahankan brand-nya.

Setiap individu memiliki kelebihan dan kekurangan dalam dirinya, misalnya seperti bakat dan minat yang dimiliki oleh seseorang. Ketika ia dapat memanfaatkan peluang usaha yang dapat dikembangkan untuk menunjang bisnis yang lebih maju. Dengan berkembang teknologi menjadikan media sosial sebagai dampak positif untuk para pelaku bisnis karena dengan media sosial dapat dengan mudah untuk memasarkan produknya dengan akses yang mudah dan dampak yang cukup besar juga untuk perkembangan bisnisnya. Penggunaan media sosial juga cukup mudah dalam memasarkan produknya, para pelaku usaha cukup foto produknya dengan menarik kemudian diberikan deskripsi mengenai produk tersebut untuk meningkatkan minat konsumen. Dengan melakukan hal tersebut sudah termasuk dalam strategi pemasaran.

Backspace Coffee & Eatery merupakan sebuah café yang berada di Kabupaten Sumedang yang terdapat di Jatinangor dan Jatinangor dikenal sebagai kawasan Pendidikan atau biasa orang Jatinangor menyebut sebagai Kota Mahasiswa, hal tersebut dikarenakan terdapat 4 Universitas besar dan ternama yang terletak di Jatinangor, universitas tersebut yaitu Universitas Padjadjaran (Unpad), Institut Pemerintahan Dalam Negeri (IPDN), Institut Teknologi Nasional (ITB), dan Institut Koperasi Indonesia (Ikopin). Hal tersebut membuat Jatinangor tidak heran lagi jika jumlah mahasiswa yang terdapat di Jatinangor sangat banyak.

Melihat potensi yang terjadi di jatinangor tidak heran apabila terdapat banyak kedai kopi baru yang bermunculan di jatinangor seperti dapat dilihat pada Tabel di bawah ini :

Tabel 1. 1 Coffee Shop Di Jatinangor

No.	Nama	Alamat
1.	Backspace Coffee & Eatery	Jl. Kolonel Ahmad Syam No. 9, Cikeruh Kec. Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45363
2.	Ngopi Doeloe	Jl. Raya Jatinangor No. 98, Cibeusi, Kec Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45363
3.	Plumeria Café	Jl. Cikuda No. 37, Cileles, Kec. Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa barat 45363
4.	Warung UPNORMAL Jatinangor	Jl. Raya Jatinangor No. 159 A, Cikeruh, Kec. Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45363
5.	Heyho Eatery	Jl. GKPN No. 16 Cibeusi, Kec Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45363
6.	Su~Mur Moo Nyoo	Jl. Raya Jatinangor No. 260 Hegarmanah Kec Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45363
7.	Djoeroe Coffee	Jl. Caringan No. 24 Sayang Kec Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45363
8.	Eiger Coffee	Jl. Raya Jatinangor No. 84 Cibeusi Kec Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45363

Melihat potensi seperti ini para pengusaha coffee shop dan cafe berlomba-

lomba untuk membuat sebuah produk yang sejenis namun ditambahkan dengan rasa, variasi produk yang berbeda dan memiliki karakter tersendiri serta menampilkan kenyamanan dari tempat. Dalam persaingan bisnis ini, kedai kopi yang dapat bertahan adalah yang terbaik dalam hal pengambilan keputusan pembelian, baik dari segi pelayanan dari segi karyawan serta fasilitas atau suasana toko dan harga yang tepat kepada pelanggan. Hal ini menyebabkan persaingan usaha *Food & Beverages* (F&B) yang terdapat di Jatinangor semakin ketat.

Backspace Coffee & Eatery merupakan salah satu café yang terdapat di Jatinangor yaitu merupakan sebuah tempat ngopi dan nongkrong. Menurut penulis Backspace Coffee & Eatery ini cukup menarik dari banyaknya coffee shop di Jatinangor karena dari segi tempat yang memberikan kenyamanan kepada para pengunjung serta tempatnya cocok untuk berkumpul bareng teman-teman dan juga keluarga. Backspace Coffee ini memiliki tempat yang strategis dan tempat luas yang bisa menampung banyak orang serta parkir yang cukup luas untuk mobil dan motor sehingga membuat Backspace Coffee sering dijadikan pilihan mahasiswa untuk mengerjakan tugas, tempat untuk rapat serta tempat untuk berkumpul.

Dengan melihat perkembangan Jatinangor yang begitu pesat dan mayoritas banyak di penuhi oleh mahasiswa hal ini menyebabkan banyak terbentuknya ladang usaha yang menjanjikan, yaitu salah satunya cafe menjadi salah satu ladang bisnis yang menjanjikan di Jatinangor. Sebuah tempat yang menyajikan

suasana yang santai dengan menyediakan makanan dan minuman kegemaran anak muda dengan harga yang relative murah sesuai dengan di kantong para mahasiswa yaitu sebuah tempat yang banyak dicari dan digemari oleh golongan mudah mahasiswa.

Sebuah bisnis perlu strategi dan target capaian salah satunya adalah strategi pemasaran. Pemasaran sangat penting dilakukan oleh sebuah perusahaan agar dapat membangun relasi bersama mitra dan mengembangkan target capaian agar dapat mengenai sasaran sehingga dapat memberika kepuasan. Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Backspace Coffee ialah memanfaatkan media sosial Instagram. Pemanfaatan ini dilakukan agar dapat mempermudah pencarian tempat dan menarik konsumen melalui postingan.

Media sosial sebagai alat bisnis dilakukan sebagai promosi. Dalam pemasaran, promosi tersebut masuk kedalam komunikasi pemasaran yang merupakan penyampaian informasi satu arah dari komunikator (perusahaan) pada komunikan (konsumen). Promosi tanpa adanya komunikasi akan sulit untuk dijalankan, sebab tidak adanya media penyalur informasi mengenai barang yang di tawarkan. Seiring berkembangnya waktu, perkembangan media sosial menciptakan persaingan antar *coffee shop* dalam melakukan komunikasi pemasaran.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti pun tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai strategi pemasaran yang dilakukan Backspace Coffee dalam mempertahankan minat kunjung pelanggan sebab dari banyaknya *coffee shop* di Jatinangor, Backspace Coffee paling banyak dikunjungi oleh khalayak. Peneliti

memilih objek tersebut karena Backspace Coffee memiliki kelebihan dalam segi pelayanan dan fasilitas, namun tak dapat dipungkiri Backspace Coffee pun memiliki kekurangan yakni persaingan ketat dengan kompetitor lain yang sama-sama membuka usaha coffee shop.

Untuk memberi gambaran secara signifikan, peneliti melakukan penelitian dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK MEMPERTAHANKAN MINAT PELANGGAN”** (Studi Kualitatif Tentang Komunikasi Pemasaran Backspace Coffee Mempertahankan Minat Kunjng Pelanggan Melalui Media Sosial Instagram (@backspace.coffee)).

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka peneliti memfokuskan sebuah kedai kopi yang berada dikawasan Kecamatan Jatinangor bernama “Backspace Coffee” sebagai objek penelitian dengan fokus **“Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Backspace Coffee Melalui Media Sosial Instagram Mempertahankan Minat Kunjng Pelanggan.”**

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dipaparkan, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana periklanan yang dilakukan oleh humas Backspace Coffee ?

2. Bagaimana penjualan perseorangan yang dilakukan oleh humas Backspace Coffee?
3. Bagaimana promosi penjualan yang dilakukan oleh humas Backspace Coffee?
4. Bagaimana hubungan masyarakat yang dilakukan oleh humas Backspace Coffee ?
5. Bagaimana pemasaran langsung yang dilakukan oleh humas Backspace Coffee ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui periklanan yang dilakukan oleh humas Backspace Coffee.
2. Mengetahui penjualan perseorangan yang dilakukan oleh humas Backspace Coffee.
3. Mengetahui promosi penjualan yang dilakukan oleh humas Backspace Coffee.
4. Mengetahui hubungan masyarakat yang dilakukan oleh humas Backspace Coffee.
5. Mengetahui pemasaran langsung yang dilakukan oleh humas Backspace Coffee.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah hasil penelitian ilmiah tentang Komunikasi Strategi Pemasaran dan dapat memberikan masukan kepada peneliti selanjutnya, khususnya untuk bidang kajian Ilmu Komunikasi.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

- a. Bagi Mahasiswa hasil penelitian ini dapat mengetahui bagaimana Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan melalui sosial media
- b. Bagi Backspace Coffee & Eatery hasil penelitian ini dapat digunakan untuk masukan pemilik cafe dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran melalui sosial media untuk mempertahankan minat kunjung beli konsumen Backspace Coffee & Eatery.
- c. Bagi peneliti, penelitian ini menjadi sebuah karya berpikir dimana dalam membuat penelitian ini penulis mendapatkan banyak sekali pemahaman baru serta ilmu baru tentang strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan di sosial media.