

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan berkembangnya zaman, bisnis dibidang kuliner menjadi sangat meningkat, baik dari segi kuantitas maupun dari kualitas. faktanya bahwa makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok manusia. Dengan banyaknya permintaan atas kebutuhan pokok dibidang kuliner maka dari itu berimbas dengan banyaknya peningkatan penawaran. Oleh karena itu bisnis dalam bidang kuliner selalu mengalami peningkatan dalam waktu kewaktu.

manusia memiliki kebutuhan yang terdiri dari sekunder, primer dan tersier di jaman sekarang kebutuhan yang dulunya tersier banyak berubah menjadi sekunder, dan yang dulunya sekunder kini menjadi primer, contohnya kebutuhan manusia yaitu rekreasi, rekreasi kini tidak hanya memenuhi kebutuhan sekunder yaitu pangan namun kini berubah menjadi primer. Dewasa ini, bisnis kuliner melingkup berbagai macam,. Sebagai contoh yaitu bisnis restoran. Salah satu contoh bisnis untuk memenuhi kebutuhan manusia yaitu coffee shop atau biasa disebut cafe. Semakin banyaknya bisnis kuliner yang berkembang, khususnya kafe tidak semuanya mampu bertahan lama. Karena adanya persaingan yang sangat ketat, karena para konsumen mempunyai pilihannya masing-masing sesuai dengan kebutuhan yang mereka inginkan. Dengan adanya persaingan yang sangat ketat pengelola suatu bisnis tidak saja harus menjual produk dan jasanya, tetapi harus mempunyai perencanaan untuk memasarkan usahanya, sehingga jumlah konsumen semakin

bertambah dan terus meningkat. Seperti salah satu kafe yaitu “Sunda Hejo” dengan banyak pesaing yang bermunculan masih tetap eksis dalam persaingan antar kafe yang menyediakan coffe saat ini. Namun demikian, menurut pengelola Sunda Hejo rata-rata jumlah kosnumen adari waktu kewaktu mengalami peningkatan dari awal berdiri sampai sekarang terlepas dari itu pengelola juga melakukan pemasaran dalam upaya agar konsumen meningkat dan menambah keuntungan dalam penjualan.

Kafe kini menjadi tempat berkumpul bagi para anak muda dan remaja untuk melepas rasa jenuh dengan produk minuman, namun tidak hanya dengan produk saja yang dipertimbangkan mereka dalam memilih kafe untuk melepas jenuh mereka, mereka mempertimbangka juga tentang kenyamanan, tempat dan pelayanan dari kafe dan hiuran menjadi alasa, karena kafe dibuat dan di desain semenarik mungkin dan senyaman mungkin sehingga para konsumen dapat menikmati minuman dan bersantai dan salah satu kafe yang memang unik yaitu Sunda Hejo.

Tetapi pada kenyantaannya dalam bisnis kuliner tersebut bnyak yang jatuh dan bangkrut karena beberpa faktor yaitu faktor manajemen yang kurang baik, dan hilang nya konsumen untuk mencari alternatif lain. Dalam pemasaran yang paling sulit adalah mempertahankan konsumen untuk selalu setia menggunakan produk mereka dari penjual, atau sering diseut dengan loyalitas kosnumen.

Loyalitas konsumen dapat dibentuk dari strategi pemasaran yang baik dalam memasarkan produknya. Strategi pemasaran adalah salah bentuk alat untuk mencapai suatu tujuan, salah satu bentuk strategi pemasaran yang mampu mendukung dalam memasarkan produk adalah penggunaan bauran pemasaran yang meliputi product price, promotion, place, proses, people dan physical evidence.

Philip Kotler dan Keller (2009:20) terjemahan Bob Sabran, menyatakan bahwa bauran pemasaran adalah seperangkat strategi pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan memasarkan di pasar yang meliputi produk, harga, promosi, tempat, orang, proses dan bukti fisik.

Semua perusahaan selalu berharap produknya dapat diterima dipasaran. Salah satu ciri bahwa produknya dapat diterima adalah dilakukannya pembelian produk tersebut. Berbagai cara ditempuh untuk mencapai tujuan tersebut, salah satu caranya adalah dengan memahami apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pasar untuk dijadikan dasar merumuskan strategi dalam merangsang proses pengambilan keputusan pembelian konsumen.

Dalam suatu usaha kuliner strategi pemasaran merupakan hal penting yang berguna untuk mengetahui apa yang harus diunggulkan agar tidak kehilangan loyalitas dari konsumen. Salah satu bisnis yang akan dilihat bagaimana strategi pemasarannya adalah Sunda Hejo. Sunda Hejo adalah salah satu kafe yang memiliki keunikannya tersendiri, Kafe Sunda Hejo terbentuk atas dasar permintaan konsumen biji kopi, karena pada awalnya Sunda Hejo adalah suatu kelompok atau paguyuban petani sunda hejo di bidang kopi dan dipaguyuban mereka menjual berbagai macam biji kopi, terbentuknya kafe Sunda Hejo adalah atas dasar banyaknya permintaan dari konsumen biji kopi dari situlah terbentuknya Kafe Sunda Hejo.

Sunda Hejo bertempat di rancasalak, kecamatan kadungora, kabupaten Garut. Sunda Hejo adalah salah satu komunitas paguyuban kopi Sunda Hejo Garut Jawa Barat, berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola kedai Sunda Hejo, awal terbentuknya kedai Sunda Hejo itu pada tahun 2017. Sunda Hejo buka mulai pukul 02.00 sampai 23.00. Sunda hejo menyajikan ruangan yang didesain seperti rumah sendiri dengan suasana tradisional. Sunda Hejo juga memiliki suatu keunikan yang dimana sang pengelola kedai memiliki kepekaan terhadap banyaknya sampah, karena itu Sunda Hejo tidak akan menyajikan minuman atau makanannya dalam wadah plastik sunda hejo hanya akan memberikan sajian menggunakan gelas ataupun piring saja. Selain itu sunda hejo juga di desain dengan menggandakan konsep homey, memiliki ruangan dengan menggunakan ornamen khas indonesia seperti kayu, bambu dan lantai ala tempo dulu. Namun selain itu sunda hejo juga

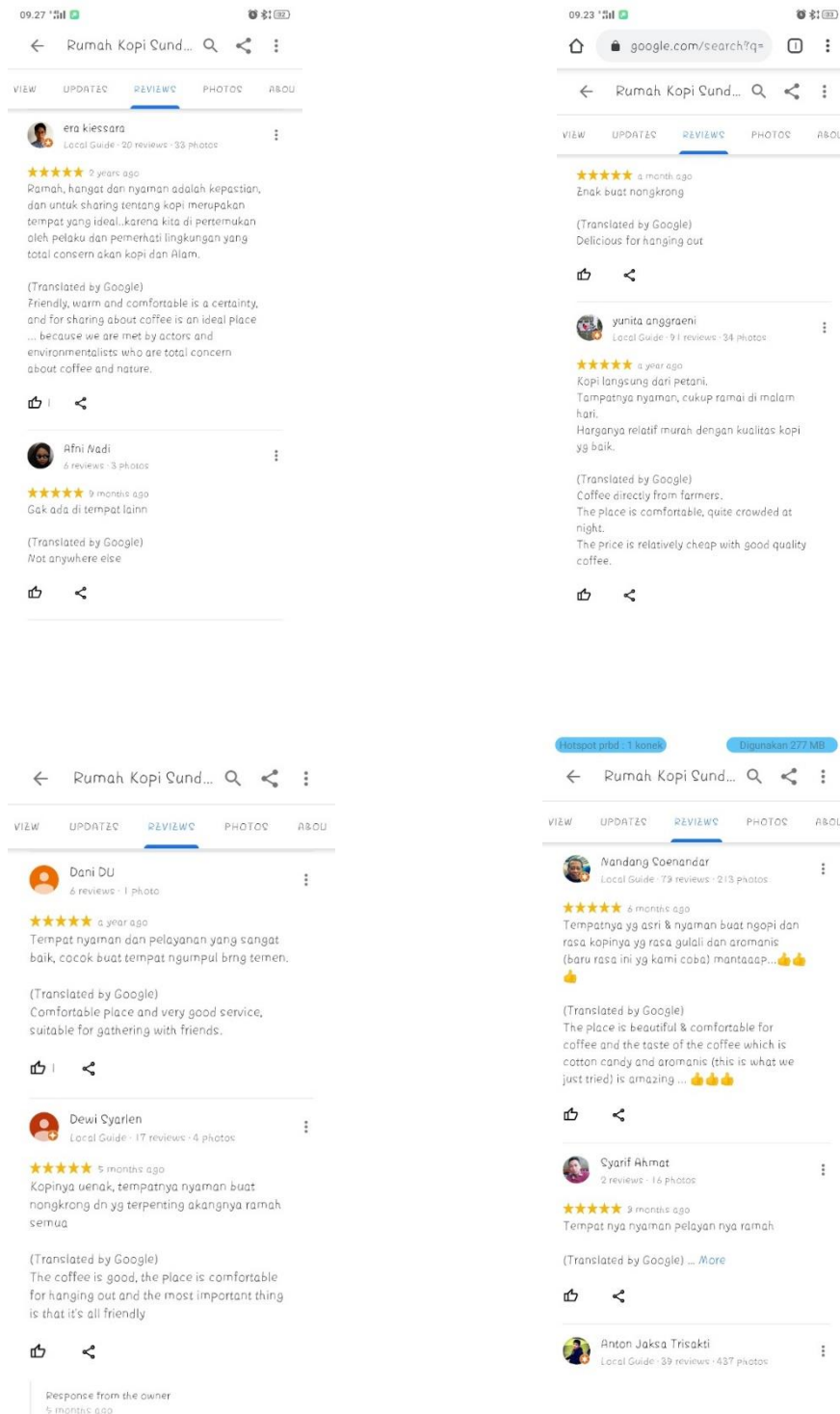
memiliki tempat outdoor untuk para pengunjung, ditambah dengan musik menjadikan suasana semakin nyaman.

Sunda Hejo tidak hanya saja sekedar menjual kopi seduh dan juga biji kopi saja tetapi Sunda Hejo memiliki kepedulian terhadap lingkungan dimana mereka sering melakukan kegiatan yang berkaitan dengan lingkungan seperti yang telah mereka lakukan adalah melakukan penanaman pohon kopi dilahan yang memang sudah gundul yang dapat menimbulkan suatu bencana, selain itu Sunda Hejo juga bilaman mereka mengikuti suatu event atau pameran tidak hanya mempamerkan kopi mereka tetapi mereka mempunyai tujuan lain yaitu mengedukasi tentang kopi. Selain itu kedai sunda hejo memiliki kelas kopi yang dimana dalam kelas kopi tersebut siswa yang mengikuti kelas kopi akan diberikan teori dan praktek langsung kelapangan. Selama praktek kelas kopi dilapangan pengelola akan menjelaskan seluruh informasi budidaya kopi secara lengkap, dari bagaimana cara pemetikan kopi sampai menjadi seduhan kopi yang berkualitas. Adapun keunikan selain memiliki kelas kopi di sunda hejo kita dapat menyeduh kopi sendiri sesuai dengan selera sendiri tentunya dengan bimbingan dari barista di sunda hejo.

Dalam kegiatan promosinya kedai sunda hejo menggunakan beberapa media sosial seperti instagram, karena lebih banyak orang sekarang menggunakan instagram jadi yang lebih efektif digunakan untuk promosi lewat media sosial adalah instagram. Dalam melakukan promosi lewat instagram sunda hejo memanfaatkan fitur insta story dan posting untuk memberi tahu konsumen tentang promo potongan harga ataupun kegiatan yang dilakukan sunda hejo. Selain itu media sosial instgram juga digunakan sebagai media untuk berkomunikasi dengan para konsumen, dan juga digunakan untuk memesan produk dari sunda hejo.

Adapun aplikasi yang membuat review tentang bagaimana pelayanan, tempat, dan kuliner di kedai sunda hejo. Diaplikasi google maps sendiri kedai sunda hejo mendapat rating 4,5 dari 5, dan banyak orang telah memberikan komentarnya dalam aplikasi tersebut dan kebanyakan dari mereka merasa puas atas apa yang diberikan dari sunda hejo. Berikut ini ialah beberapa review dari konsumen kedai sunda hejo yang memberikan komentarnya atas pelayanan dan produk yang dirasakan konsumen. Berikut ini adalah beberapa review dari para konsumen yang pernah berkunjung ke kedai sunda hejo dan memberikan reviewnya dikolom komentar.

Gambar 1.1 Komentar dari para konsumen kedai sunda hejo melalui aplikasi google review :



Selain itu menurut hasil wawancara dengan salah seorang konsumen Sunda Hejo mengatakan, alasan ketertarikan berkunjung ke Sunda Hejo salah satunya tempatnya yang nyaman untuk menikmati kopi dan juga pelayanan yang ramah dari karyawan sunda hejo dan dari harga yang memang terjangkau.

Dengan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi bauran pemasaran produk kedai Sunda Hejo dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Dari yang telah penulis paparkan diatas maka penulis ingin meneliti sekaligus untuk dijadikan sebagai judul skripsi, yaitu “IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN SUNDA HEJO DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN”

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka apa yang menjadi sorotan untuk diteliti adalah bagaimana implementasi strategi promosi kopilogi dalam mempertahankan loyalitas konsumen ?

1.2.2 Pertanyaan Penelitian:

1. Bagaimana periklanan Sunda Hejo dalam mempertahankan loyalitas konsumen ?
2. Bagaimana promosi penjualan sunda hejo dalam mempertahankan loyalitas konsumen?
3. Bagaimana humas sunda hejo dalam mempertahankan loyalitas konsumen ?
4. Bagaimana penjualan personal sunda hejo dalam mempertahankan loyalitas konsumen ?
5. Bagaimana pemasaran langsung sunda hejo dalam mempertahankan loyalitas konsumen ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Melihat permasalahan diatas, maka tujuan dan manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi pemasaran sunda hejo dalam mempertahankan loyalitas konsumen

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan memahami bagaimana implementasi strategi pemasaran yang dilakukan sunda hejo dalam mempertahankan loyalitas konsumen.

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat penelitian terbagi menjadi :

1.4.1 Manfaat teoritis

Menambah informasi dan referensi tentang bagaimana menggunakan strategi pemasaran dalam berbisnis.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang strategi pemasaran. Selain itu dapat menambah informasi bagi penelitian yang sama dalam pembahasan tentang strategi pemasaran.

1.4.3 Manfaat bagi peneliti

Hasil dari penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan bagi pembaca atau peneliti, dan untuk menambah referensi bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian tentang strategi pemasaran.