

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia saat ini telah memberikan penawaran berbagai jenis produk guna mencukupi kebutuhan sehari-hari masing-masing konsumen. Dalam memenuhi kebutuhan, konsumen memerlukan orang lain sebagai makhluk sosial. Maka masyarakat sekarang ini berusaha untuk mampu menciptakan produk-produk tersebut, di mana produk harus menghasilkan tawaran yang unik agar menarik dengan berbagai cara yang dapat di minati konsumen. Untuk dapat memenuhi kebutuhan, mereka berkomunikasi satu sama lainnya, sehingga terjadilah transaksi atau penukaran barang dan jasa.

Kegiatan ekonomi memiliki tujuan untuk mensejahterakan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan setiap orang dan pemasaran merupakan unsur yang paling penting dalam mengupayakannya, sebab bagian pemasaran yang menciptakan sebuah produk. Pemasar menghasilkan produk yang menarik untuk meningkatkan minat konsumen dimana mereka sekarang ini lebih cermat dan kritis dalam memilih suatu produk yang ditawarkan. Apabila produk yang dihasilkan dan ditawarkan menarik, maka konsumen akan mencoba melakukan pembelian ulang bahkan berlangganan ke tempat yang konsumen anggap menarik minatnya.

Konsumen merupakan pengguna dari barang maupun jasa, dan merupakan satu dari sekian unsur yang sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Tanpa konsumen, suatu usaha/bisnis maka dapat dipastikan usaha tersebut akan mengalami kerugian dan akhirnya bangkrut.

Produk Kopi Susu Gula Aren Koffie 09 menjadi salah satu fenomena saat ini, ditawarkan dengan bentuk dan cara yang unik. Sejak tahun 2017 usaha ini dijalankan, di Perumnas Kabupaten Karawang. Koffie 09 ini tersedia berbagai variasi menu makanan dan minuman. Penjelasan pemilik Koffie 09, yang berbeda dari Koffie 09 ini adalah harganya yang terjangkau bagi siswa pelajar dan mahasiswa dibandingkan tempat yang lainnya.

Pelaku bisnis harus mempertimbangkan upaya peningkatan penjualan yang efektif dengan menerapkan sistem bauran pemasaran 4P, yang mencakup produk, harga, tempat, dan promosi, selain hanya bergantung pada kualitas produk. Bauran pemasaran adalah hal penting dari strategi pemasaran, karena diperlukan untuk menentukan produksi, promosi, dan konsumsi produk baik di perusahaan maupun organisasi. Dengan menerapkan strategi yang tepat dan efisien, perusahaan dapat mencapai tujuan utamanya dengan langkah-langkah yang baik. (Firmansyah, 2018; Simamora, 2003).

Produk (barang dan jasa) merujuk kepada segala hal yang dapat diberikan kepada pelanggan untuk digunakan atau dikonsumsi. Koffie 09 menawarkan berbagai pilihan menu makanan dan minuman, dengan setiap produk memiliki keunikan sendiri. Pemilik Koffie 09 percaya bahwa rasa dan kualitas harus terjaga dengan cara meracik sendiri sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Harga adalah aspek yang bisa diatur dan sebuah penentu apakah produk akan dipertimbangkan oleh konsumen atau tidak, dan harga tertinggi dari menu di Koffie 09 ini adalah Pasta Arabiata seharga Rp 32.000,- dalam kategori *Main Course*, sementara harga paling terjangkau di kategori *White Coffee* adalah Kopi Susu Gula Aren seharga Rp. 18.000,-. Harga di Koffie 09 masih dalam rentang harga standar yang terjangkau bagi pelajar dan mahasiswa dibandingkan dengan kedai kopi lainnya. Koffie 09 berhasil meraih kepercayaan konsumen dengan menawarkan kualitas produk yang unggul dan harga yang terjangkau. Oleh karena itu, Koffie 09 terus menjaga kualitas produk dan keterjangkauan di kalangan mahasiswa dan pelajar.

Tempat usaha merupakan lokasi terjadinya bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Koffie 09 terletak strategis di tengah-tengah kota, di antara pusat pendidikan Sekolah Menengah Atas dan Institusi Universitas, sehingga banyak siswa dan mahasiswa yang menjadi pengunjung di sana. Sebagian besar pengunjung di Koffie 09 adalah siswa dan mahasiswa. Tempat Kedai Kopi 09 sangat nyaman karena dilengkapi dengan berbagai fasilitas lengkap untuk para konsumen yang datang berkunjung.

Promosi adalah strategi pemasaran yang dipakai guna memikat perhatian calon konsumen agar calon konsumen membeli barang yang akan dijual. Awalnya, Koffie 09 mempromosikan produknya melalui brosur dan referensi dari pelanggan yang sudah membeli. Saat ini, Koffie 09 menggunakan sosial media seperti Instagram untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dalam promosi produknya.

Menurut Pemilik Koffie 09 pemasaran itu sangat penting untuk mendukung kemajuan sebuah usaha. Walaupun pemilik baru aktif menggunakan sistem promosi penjualan di sosial media yang belum terlalu lama, tetapi Koffie 09 tetap ramai dikunjungi konsumen. Ini dibuktikan dengan omset sebesar Rp 2.500.000,- per hari (pendapatan kotor).

Menurut pemilik bahwa pemasaran lisan ke lisan sangat mempengaruhi omset, dan juga letak yang strategis di antara pusat kota tempat pendidikan yang mayoritas konsumennya adalah pelajar sekolah dan mahasiswa, menjadikan Fenomena menu Kopi Susu Gula Aren sebagai *best seller* dalam penjualan produk di Koffie 09, dibuktikan dengan data yang diperoleh dari pemilik Koffie 09, Kopi Susu Gula Aren terjual kurang lebih 600 cup perbulannya. Dengan lokasi yang strategis, promosi yang luas, produk berkualitas, dan harga yang terjangkau, faktor-faktor pemasaran produk seperti inilah yang lebih diminati oleh konsumen dan pelanggan untuk membeli Kopi Susu Gula Aren Koffie 09. Penjelasan dari pemilik menyatakan bahwa jumlah konsumen di Koffie 09 sekitar 100 orang per hari, hal ini juga membuktikan bahwa Koffie 09 tidak pernah sepi dari konsumen.

Berdasarkan deskripsi latar belakang masalah tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Produk Kopi Susu Gula Aren Koffie 09 Terhadap Minat Beli Konsumen di Perumnas Kabupaten Karawang”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka penulis rumuskan masalah di bawah ini :

- 1) Apakah ada pengaruh produk terhadap minat beli konsumen pada Kopi Susu Gula Aren Koffie 09 di Perumnas Kabupaten Karawang?
- 2) Apakah ada pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada Kopi Susu Gula Aren Koffie 09 di Perumnas Kabupaten Karawang?
- 3) Apakah ada pengaruh tempat terhadap minat beli konsumen pada Kopi Susu Gula Aren Koffie 09 di Perumnas Kabupaten Karawang?
- 4) Apakah ada pengaruh promosi terhadap minat beli konsumen pada Kopi Susu Gula Aren Koffie 09 di Perumnas Kabupaten Karawang?
- 5) Apakah ada pengaruh produk secara bersama-sama dengan harga, tempat dan promosi terhadap minat beli konsumen pada Kopi Susu Gula Aren Koffie 09 di Perumnas Kabupaten Karawang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini ialah :

- 1) Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap minat beli konsumen pada Kopi Susu Gula Aren Koffie 09 di Perumnas Kabupaten Karawang.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada Kopi Susu Gula Aren Koffie 09 di Perumnas Kabupaten Karawang.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh tempat terhadap minat beli konsumen pada Kopi Susu Gula Aren Koffie 09 di Perumnas Kabupaten Karawang.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat beli konsumen pada Kopi Susu Gula Aren Koffie 09 di Perumnas Kabupaten Karawang.
- 5) Untuk mengetahui pengaruh produk secara bersama-sama dengan harga, tempat dan promosi terhadap minat beli konsumen pada Kopi Susu Gula Aren Koffie 09 di Perumnas Kabupaten Karawang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini ialah:

1) Manfaat Teoritis

a. Untuk peneliti

Bisa mempraktikkan teori yang telah dipelajari oleh penulis selama menjalani perkuliahan, serta berusaha untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh penulis dan memperluas pengalaman juga pengetahuan penulis.

b. Untuk Akademisi

Diharapkan hasil penelitian ini akan menjadi ilmu dan referensi untuk perpustakaan serta untuk riset selanjutnya dengan jenis penelitian yang serupa.

2) Manfaat Praktis

Membantu usaha bisnis dengan adanya informasi terkait pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen di waktu mendatang.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Agar pelaksanaan penelitian ini sesuai rumusan masalah, maka peneliti hanya membatasi pada populasi masyarakat yang berdomisili di daerah Kabupaten Karawang, dan sampel dari populasi adalah konsumen penyuka Kopi Susu Gula Aren Koffie 09 di Kabupaten Karawang, berjumlah 78 responden.