

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Kebutuhan dasar manusia yang harus dipenuhi setiap hari dan tidak dapat dilewatkan salah satunya adalah makan dan minum. Kebutuhan tersebut dapat dipenuhi dengan membeli di rumah makan, restoran, café. Hal tersebut menjadi peluang bagi pengusaha untuk menggeluti usaha di industry kuliner. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Tidak terkecuali usaha dalam penyajian makanan dan minuman yang dimulai dari skala kecil seperti warung-warung dan kafe tenda bisnis makanan berskala menengah seperti café. Penciptaan suasana yang nyaman yang didukung dengan desain interior unik dan tersedianya berbagai fasilitas tambahan seperti hiburan music live, wifi serta sejenisnya merupakan daya tarik khusus bagi para customernya yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Sepuluh tahun terakhir ini bisnis *franchise* tengah menjadi model bisnis yang populer, terutama bagi yang ingin terjun menjadi pengusaha tanpa mau repot bisnis baru dari nol. *Franchise* merupakan usaha turunan dari bentuk usaha yang sudah ada sebelumnya. Meski demikian, izin mendirikan usaha *franchise* harus berdasarkan persetujuan penemu usaha (*franchisor*).

Selanjutnya pendiri *franchise* sebagai pemilik modal cukup menyediakan dana dan lokasi, lalu bisnis sudah dapat berdiri. Usaha *franchise* nampaknya

Semakin diminati banyak orang, khususnya para pebisnis pemula. Bisnis ini dikabarkan memiliki peluang yang besar dengan tingkat kesuksesan 70% (Saputri,2019). Hal ini disebabkan karena kemudahan yang ditawarkan untuk mendirikan *franchise*. *Coffe shop* atau biasa disebut dengan kedai kopi pada saat ini menjadi salah satu bisnis yang sangat menguntungkan. Hal ini dapat terjadi karena salah satu tren masa kini dikalangan para pemuda yaitu minum kopi di *coffe shop* atau kedai kopi yang biasa disebut dengan nongkrong.. Saat ini minum kopi sudah tidak menjadi identik untuk minuman para orang tua khususnya kaum bapak, karena meminum kopi pada saat ini menjadi bagian dari gaya hidup bagi anak muda yang menjadi sarana untuk menunjukkan eksistensinya.

Bisnis *coffe shop* di kota jambi juga semakin berkembang untuk menemukan minuman kopi tidaklah sulit, dari mulai warung pinggir jalan, café, sampai restoran mewah maupun hotel berbintang pasti menyediakan kopi dengan variasi jenis dan harga yang berbeda. Kepopuleran kopi juga membawa dampak terhadap perkembangan bisnis, karena kini semakin banyak *coffe shop* yang menjamur di wilayah kota jambi.

Adapun 10 Café yang diminati di Kota Jambi pada tahun 2023, dapat dilihat di tabel berikut ini:

**Tabel 1.1**  
**Coffe Shop Di Kota Jambi**

No	Coffe Shop	Frekuensi Peminat	Peminat %
----	------------	-------------------	-----------

1	Foresthree	15	78
2	Laterra	13	65
3	Teanol	11	55
4	Janji Jiwa	9	45
5	Vf	9	45
6	Kopi Ketje	9	45
7	Titik Koma	8	40
8	Karena	8	40
9	Sayang Kamu	6	30
10	Tentang Kopi	5	25

Sumber : Internet 2024

Dari hasil survei penelitian secara mandiri dilihat dari table 1.1 data *coffe shop* di kota jambi melibatkan 20 responden yang terdiri dari 57 sampel. Terlihat bahwa peminat *coffe shop* di kota Jambi pada tahun 2024, Café Faresthree berhasil menempati peringkat pertama dari pesaing sejenisnya. Foresthree menjadi merk paling top pada kategori café dengan perolehan 75% disusul yang kedua laterra yang peminatnya 65% yang ketiga di Teanol dengan perolehan 55% lalu Peringkat keempat Janji Jiwa sebanyak 45% dan yang kelima Vf sebanyak 45%. Dilihat dari table 1.1 Café Kopi Titik Koma memperoleh peringkat ke 8 dengan persentase peminat sebanyak 40%

Berkembangnya *coffe shop* Franchise salah satunya di Titik Koma, Titik Koma adalah brand kopi, bukan minuman kekinian yang tren sesaat saja. Kopi Titik Koma menggunakan kopi terbaik nusantara yang diseduh dengan standar internasional. Produk yang ditawarkan juga berbagai macam brand, titik koma juga menjual beans dan merchandise lain seperti t-shirt, tumbler, gelas. Titik koma memutuskan menggunakan skema *franchise* kedai kopi, kedai pertama buka di Surabaya, nama titik koma mulai dikenal karena kopi

aren yang enak dengan talenta yang ditemukan, titik koma siap maju hingga ratusan outlet. Saat ini titik koma sudah mempunyai 46 cabang franchise di Indonesia (<https://titikkoma.com>). Kopi titik koma memiliki 2 cabang di Kota Jambi yaitu kopi titik koma sudirman dan kopi titik koma sumantri.

Café kopi titik koma Sudirman sendiri sudah berdiri selama kurang lebih 4 tahun. Dan merupakan *franchise* titik koma pertama yang buka di kota jambi yang tepatnya di Jln Jend. Sudirman No.16 Kelurahan Tambak Sari, Kecamatan Jambi Selatan. Kopi Titik Koma sudirman secara tidak langsung merupakan pesaing coffee franchise lain, karena bergerak dibidang usaha minuman kopi yang sejenis dalam bentuk franchise, kopi titik koma sudah memiliki cabang di jambi selain cabang sudirman. Kedua Coffee Shop ini terletak dikawasan the hok dan sipin, namun berbeda dari segi penempatan lokasi berdirinya kedua *Coffee Shop* tersebut. Kopi titik koma sudirman menyediakan bermacam-macam jenis kopi, dan mempunyai signature menu yaitu kopi aren yang membuat customer tertarik untuk mengunjungi kopi titik koma.

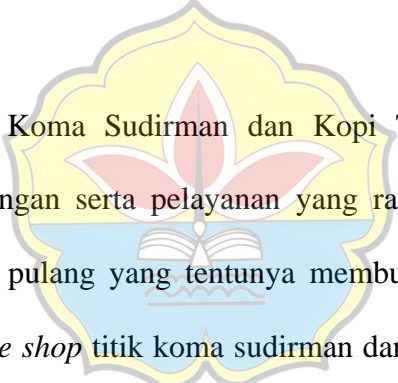
Adapun Jumlah konsumen yang berkunjung ke Café Titik Koma Sudirman Kota Jambi tahun 2019-2023 dapat dilihat pada table berikut ini :

**Tabel 1.2**  
**Data Pengunjung Kopi Titik Koma Sudirman Tahun 2020-2024**

Tahun	Jumlah	Perkembangan (%)
2020 (September-Desember)	971	-
2021	1.689	74
2022	2.861	69
2023	3.250	14
2024 (Januari-Mei)	2.114	-

*Sumber : Olah Data Manajer (2024)*

Berdasarkan tabel 1.2 diatas bahwa jumlah perkembangan pengunjung café titik koma sudirman dalam 5 tahun terakhir mengalami peningkatan pengunjung ditahun 2019 perkembangan pengunjung tidak dapat dibandingkan, karena tahun yang sedang berjalan pada tahun 2020 pengunjung café titik koma sudirman mengalami peningkatan sebesar 1.689 pengunjung setara dengan perkembangan 74%, pada tahun 2021 pengunjung café titik koma sudirman kembali mengalami peningkatan sebesar 2.861 setara dengan perkembangan 69%, pada tahun 2022 mengalami peningkatan pengunjung sebesar 3.250 namun perkembangannya menurun menjadi 14% dan ditahun 2023 tidak dapat dibandingkan, karena tahun yang sedang berjalan.



Kopi Titik Koma Sudirman dan Kopi Titik Koma Sumantri juga memberikan sanjungan serta pelayanan yang ramah saat konsumen datang ataupun saat akan pulang yang tentunya membuat para konsumen nyaman, masing-masing *coffee shop* titik koma sudirman dan titik koma sumantri selalu ramai didatangi pelanggan. Ada beberapa yang membuat pengunjung tertarik pergi ke café titik koma sudirman seperti menyediakan fasilitas *Wi-Fi*, *Smoking Area*, dan ruangan ber AC, sedangkan di café titik koma sumantri juga menyediakan fasilitas yang sama namun cabang sumantri *mempunyai live music* di setiap sabtu dan minggu.

Hal ini berdampak pada penurunan perkembangan pendapatan yang bisa dilihat dari tabel dibawah ini:

**Tabel 1.4**  
**Data Penjualan Café “Kopi Titik Koma” Periode Tahun 2020 s/d 2024**

Tahun	Penjualan (Cup)	Perkembangan (%)
September-Desember (2020)	7.240	-
2021	20.440	-
2022	35.050	70
2023	41.425	18
Januari-Mei (2024)	12.090	-

*Sumber : Olah Data Wawancara Manajer Titik Koma Sudirman (2024)*

Dari data penjualan kopi diatas dapat kita lihat bagaimana selama 5 tahun penjualan tidak stabil hal ini tentunya akan sangat mempengaruhi pendapatan di kopi titik koma. Pada tahun 2022 penjualan paling tinggi yaitu 41.425 produk yang meningkat sekitar 18% dari tahun 2021 dan tentunya kita dapat melihat keputusan konsumen untuk melakukan pembelian di kopi titik koma sudirman masih tinggi dan masih banyak yang menggemarinya. Akan tetapi pada tahun selanjutnya 2020, penjualan pada produk titik koma sudirman mulai menurun yang dimana hanya 20.484. Hal ini tentunya menjadi permasalahan yang serius, dimana keputusan konsumen untuk membeli produk di kopi titik koma sudirman mulai menurun. Pada tahun 2021 penjualan meningkat perlahan dari tahun sebelumnya yang awalnya sebesar 20.484 menjadi 35.050 produk peningkatan sebanyak 70% yang lumayan baik dari tahun sebelumnya. Dari data tabel 1.3 menunjukan bahwa di tahun 2021 penjualan mengalami peningkatan sebanyak 35.050 dengan perkembangan meningkat sebesar 70% dari tahun sebelumnya, lalu ditahun 2022 mengalami

peningkatan penjualan sebanyak 41.425 namun mengalami penurunan perkembangan sebesar 18%

Berdasarkan dengan latar belakang permasalahan dan fenomena, maka diperlukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Untu itu penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Di Café Titik Koma Sudirman Kota Jambi”**



## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dijelaskan diatas maka identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- 1) Jumlah pengunjung Café Titik Koma Sudirman berfluktuasi menurun.
- 2) Kurangnya minat customer untuk berbelanja di Café Titik Koma Sudirman
- 3) Menurunnya perkembangan pendapatan di Café Titik Koma Sudirman

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari identifikasi masalah maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dari fenomena ini adalah :

- 1) Bagaimana promosi penjualan dan keputusan pembelian di Café Titik Koma Sudirman Kota Jambi?
- 2) Bagaimana pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian di Café Titik Koma Sudirman Kota Jambi?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui promosi penjualan dan keputusan pembelian di Café Titik Koma Sudirman Kota Jambi.
- 2) Untuk Mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian di Café Titik Koma Sudirman Kota Jambi.



## 1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah disebutkan diatas, maka manfaat peneltian dari penelitian ini adalah :

### 1. Akademis

- a. Bagi penulis adalah untuk dapat membuktikan sendiri teori-teori mengenai promosi penjualan dan keputusan pembelian di dalam dunia kerja yang penulis dapatkan di bangku perkuliahan.
- b. Bagi penelitian selanjutnya, di harapkan penelitian ini dapat menjadi acuan dan menambah wawasan pemikiran dalam hal promosi penjualan dan keputusan pembelian pada usaha café, dimana kempat faktor tersebut akan mempengaruhi seorang konsumen untuk menentukan keputusan pembelian.

### 2. Praktis

- a. Bagi Café Titik Koma, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta masukan yang berguna bagi organisasi terkait maupun organisasi lainnya dalam menerapkan kebijakannya. Dimana faktor promosi penjualan, merupakan aspek-aspek yang perlu medapatkan perhatian dalam upaya manajemen untuk meningkatkan penjualan pada Café Titik Koma.
- b. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperkaya ilmu mengenai teori promosi penjualan dan keputusan pembelian.