

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kini UMKM sudah memenuhi Kota Metro. Kemajuan ini terjadi seiring dengan meningkatnya minat bisnis dari daerah setempat. Banyak tujuan individu menjadi pebisnis, salah satunya yaitu untuk menambah pendapatan keluarga. Mungkin usaha kecil menengah yang paling terkenal saat ini adalah usaha dalam bentuk kafe.

Bisnis kafe memang sangat menggurikan. Karena saat ini espresso sudah bukan menjadi kecenderungan untuk menghilangkan kelesuan, namun sudah menjadi gaya hidup. Espresso merupakan minuman yang biasa dan dinikmati oleh orang-orang di setiap belahan dunia, yang telah menjadi bagian dari kehidupan setiap orang setiap tahunnya. Saat ini espresso merupakan salah satu bahan pertukaran yang signifikan di dunia dan jaringan pertukaran koneksi antar negara dari negara berkembang hingga negara berkembang (Rahmi, 2021).

Di era globalisasi yang sedang berlangsung, pengelola bisnis harus berusaha untuk memiliki kemampuan, imajinasi dan pengembangan untuk membuat bisnis yang dapat memenangkan persaingan melawan pesaing lama dan baru. Salah satu bisnis yang saat ini sangat populer dan menjadi trend adalah bisnis retail, khususnya bisnis di bidang kafe. Di kalangan masyarakat urban yang sangat besar di Indonesia, kafe merupakan bisnis yang menjadi kekhasan sekaligus daya tarik masyarakat. Bahkan di Indonesia, kafe dimiliki oleh para pebisnis kopi perorangan dan juga dibatasi oleh perusahaan besar (Guntarayana, 2022).

Persaingan dalam dunia bisnis, baik dalam lingkup kecil maupun besar, tidak dapat disangkal. Setiap visioner bisnis memiliki kesulitan agar bisnis yang dimilikinya tetap serius dengan pesaing yang mulai bermunculan. Munculnya tempat bisnis baru yang memunculkan item atau menu serupa menjadi persaingan di pembeli dan pasar. Dalam hal ini para pebisnis harus mengetahui tata cara pemasaran yang tepat dan sesuai untuk barang yang akan dijual agar barang yang akan dijual atau dipromosikan lebih berkembang dan stabil. Dengan teknik *showcase* yang tepat dan pas, maka barang tersebut akan dikenal secara efektif oleh pembeli sehingga pembeli membeli barang yang akan dijual. Karena

promosi akan mempengaruhi kesempurnaan dan kemajuan suatu usaha dalam mencapai tujuannya.

Pemasaran adalah perkembangan latihan mulai dari cara paling umum dalam membuat, menyampaikan, menyajikan dan menawarkan pertukaran yang memiliki insentif bagi pembeli, klien, dan masyarakat secara keseluruhan. pemasaran sangatlah penting karena merupakan suatu tindakan untuk dapat menampilkan suatu produk atau jasa secara lengkap sehingga dapat diketahui oleh masyarakat secara keseluruhan. Eksplorasi ini perlu menunjukkan pemeriksaan ke dalam dan ke luar serta perincian sistem bisnis yang diselesaikan terkait dengan target bisnisnya (Fitriani et al., 2021).

Tujuan mendasar dari penataan strategi adalah agar organisasi dapat melihat keadaan dalam dan luar, sehingga organisasi dapat beradaptasi dengan perubahan iklim luar dan dalam. Dapat dikenali secara mendalam, kegunaan manajemen, pembeli, pedagang, dan pesaing. Oleh karena itu, sangat penting melakukan perencanaan strategi untuk menang dan mendapatkan barang sesuai keinginan pembeli idealnya dari sumber daya yang ada.

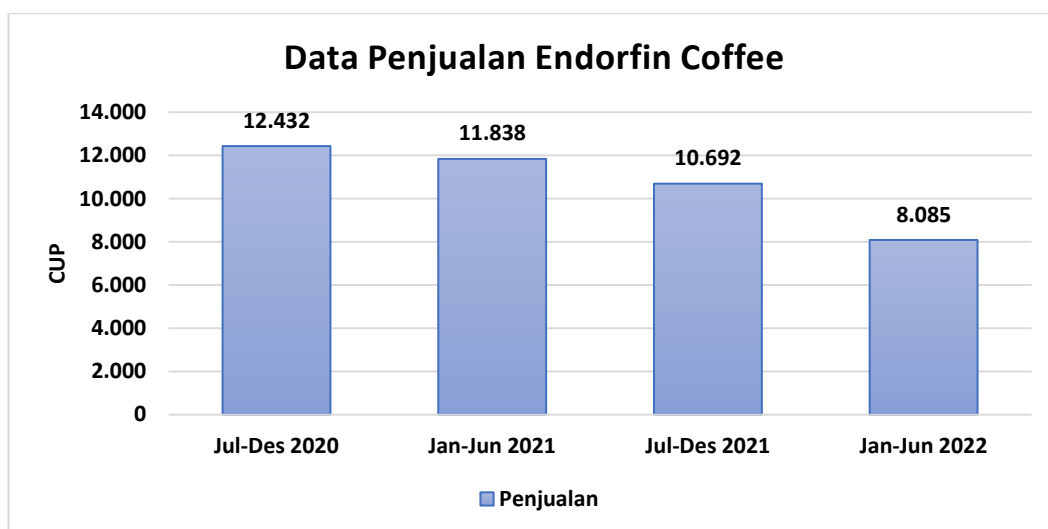
Dewasa ini di kota Metro semakin marak cafe yang berdiri dan tersebar diseluruh pelosok kota. Salah satunya Endorfin *Coffee* yang terletak di Jalan Ki Hajar Dewantara No. 39, Iringmulyo, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro, Lampung yang hendak memenuhi keinginan dan keperluan pembelinya. Endorfin *Coffee* menyajikan berbagai jenis minuman kopi dan non kopi. Ada beberapa urutan peringkat kedai kopi di Kecamatan Metro Timur berdasarkan pra survey antara lain :

Tabel 1. Hasil Pra Survey Kedai Kopi di Kecamatan Metro Timur

No	Nama Kedai Kopi	Mengenal Kedai Kopi (%)
1	Point <i>Coffee</i>	25,3%
2	Milestone <i>Coffee</i>	24%
3	Et Bien <i>Coffee</i>	23%
4	Endorfin <i>Coffee</i>	17,2%
5	Singgah Kopi	10,5%
Total		100%

Sumber : Hasil olah data pra survey

Endorfin *Coffee* merupakan kedai kopi yang menempati peringkat ke 4 dari 5 kedai kopi. Hanya 17,2% orang saja yang mengenal Endorfin *Coffee* selebihnya mungkin belum mengetahui adanya Endorfin *Coffee*. Ini disebabkan oleh banyaknya pesaing dengan konsep usaha yang sama sehingga Endorfin *Coffee* harus menghadapi ketatnya persaingan dengan kedai kopi lainnya. Dilihat dari hasil pra survey para responden yang mengetahui Endorfin *Coffee* beranggapan bahwa harga yang ditawarkan relatif terjangkau dengan berbagai varian menu. Lokasi Endorfin *Coffee* berada pada area perkuliahan dan memiliki akses yang mudah dijangkau. Namun *Endorfin Coffee* memiliki tataletak yang kurang menarik di bandingkan dengan beberapa pesaing seperti pada Milestone *Coffee* dan Et Bien *Coffee*. Disamping itu Endorfin *Coffee* mengalami penjualan yang menurun. Dapat dilihat pada tabel data penjualan di bawah ini.



Gambar 1. Grafik Penjualan Endorfin Coffee

Sumber : Endorfin*Coffee*

Dari awal buka sampai dengan saat ini penjualan pada Endorfin *Coffee* terus mengalami penurunan. Sehingga pada setiap kuartal penjualan dapat dilihat penurunan awal sebanyak 4,8%, penurunan kedua sebanyak 9,7%, dan untuk penurunan yang terakhir yaitu sebanyak 24,4%. Dan persaingan di Kota Metro sendiri banyak sekali penjual dengan produk sejenis dan bervariasi. Dari yang nasional seperti Starbucks hingga yang lokal seperti Janji Jiwa. Oleh sebab itu pada Endorfin *Coffee* membutuhkan strategi pemasaran yang cocok untuk dapat digunakan guna keberlangsungan usaha di kemudian hari.

Dilihat dari latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QSPM DALAM UPAYA**

MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (STUDI PADA ENDORFIN COFFEE DI KECAMATAN METRO TIMUR)”

B. Identifikasi dan Rumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang masalah yang ada, maka identifikasi masalah penelitian di strategi pemasaran *coffee shop*:

- a. Dikarenakan tingkat penjualan di Endorfin *Coffee* mengalami penurunan, perlu adanya identifikasi pada faktor lingkungan internal dan eksternal.
- b. Banyaknya pesaing usaha yang memiliki produk sejenis.
- c. Promosi pada Endorfin *Coffee* belum maksimal sehingga kurang dikenal oleh masyarakat di Kota Metro.

2. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah yang ada, maka dapat diidentifikasi permasalahan yaitu:

- a. Bagaimana faktor internal lingkungan pada Endorfin *Coffee*?
- b. Bagaimana faktor eksternal lingkungan pada Endorfin *Coffee*?
- c. Bagaimana strategi pemasaran yang cocok untuk digunakan oleh Endorfin *Coffee*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi lingkungan usaha Endorfin *Coffee* di Kecamatan Metro Timur berdasarkan faktor internal
2. Untuk mengetahui kondisi lingkungan usaha Endorfin *Coffee* di Kecamatan Metro Timur berdasarkan faktor eksternal
3. Untuk menjabarkan strategi yang cocok untuk digunakan oleh Endorfin *Coffee* sebagai pengembangan usaha kedai kopi.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Penulis

Selain sebagai syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) di Universitas Muhammadiyah Metro, peneliti juga mampu menyelesaikan permasalahan strategi pemasaran dan meningkatkan

volume penjualan serta menambah wawasan pengetahuan tentang manajemen dalam dunia pemasaran.

2. Bagi Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi informasi guna menambah mengenai strategi pemasaran dan meningkatkan volume pada penjualan.

3. Bagi Tempat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam menetapkan strategi pemasaran yang akan dilakukan untuk ke depannya. Sehingga kedepannya mampu meningkatkan volume penjualan sesuai dengan apa yang di inginkan.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penyusunan pada skripsi ini ialah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada BAB ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Pada BAB II ini menjelaskan tentang deskripsi teori, sintesis, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada BAB ini menjelaskan mengenai desain penelitian, objek dan lokasi penelitian, jenis data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Di dalam bab ini dijabarkan mengenai hasil dari pengumpulan data dan pengolahan data berupa gambaran umum, hasil penelitian dan pembahasan

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Di dalam bab V berisi kesimpulan berdasarkan pengujian yang telah dilakukan sebelumnya dan saran yang di harap mampu membantu dalam memecahkan masalah

DAFTAR LITERATUR

LAMPIRAN