

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang dianugerahi kekayaan alam yang melimpah, serta kondisi geografis yang terletak pada daerah tropis yang memiliki curah hujan yang tinggi sehingga banyak jenis tumbuhan yang dapat hidup dan tumbuh dengan cepat, hal itu yang mendasari Indonesia menjadi negara agraris. Pertanian adalah proses pertumbuhan tanaman dan hewan yang didasari oleh produksi yang khas (Roring, George, dan Patrick, 2019). Sektor pertanian merupakan sektor yang strategis dan berperan penting dalam perekonomian nasional dan kelangsungan hidup masyarakat, terutama dalam sumbangan terhadap PDB, Penyedia lapangan kerja dan penyediaan pangan dalam negeri (Latumaerissa, 2015).

Sektor pertanian memiliki 5 subsektor, yaitu: (1) Tanaman Bahan Makanan, (2) Tanaman Perkebunan, (3) Peternakan dan Hasil – hasilnya, (4) Kehutanan, (5) Perikanan. Tanaman perkebunan merupakan salah satu subsektor unggulan bidang pertanian. Tanaman perkebunan merupakan bagian subsektor unggulan bidang pertanian, Kopi merupakan salah satu komoditas andalan dalam sektor perkebunan Indonesia. Peran komoditas kopi bagi perekonomian Indonesia cukup penting, baik sebagai sumber pendapatan bagi petani kopi, sumber devisa, penghasil bahan baku industri, maupun penyedia lapangan kerja melalui kegiatan pengolahan, pemasaran, dan perdagangan (ekspor dan impor) (Pratiwi, 2016).

Menurut Nasirudin et al. (2022) Indonesia telah menjadi negara produsen kopi terbesar pada dunia sesudah Kolombia, Brazil dan Vietnam, hasil kebun kopi di Indonesia telah mencapai kisaran 600.000 ton per tahun yang mana lebih dari 80% didapatkan dari hasil pengelolaan lahan yang dilakukan langsung oleh

masyarakat setempat. Indonesia sampai saat ini mampu bersaing dengan negara lain, khususnya dalam memproduksi kopi dengan menyumbang 7,15% produksi kopi dunia menempatkan Indonesia menjadi negara dengan produksi terbesar keempat. Kopi di urutan nomor empat setelah kayu, karet dan juga kelapa sawit yang menjadi pembuat devisa berasal ekspor komoditi agrikultur yang lumayan tinggi untuk perekonomian Indonesia. Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu penghasil sumbangsih terbesar produksi kopi di Indonesia. Berikut merupakan data produksi kopi di Provinsi Jawa Timur menurut kota dan kabupaten.

Tabel 1.1 Produksi Kopi Menurut Kabupaten/Kota Di Provinsi Jawa Timur

Negara	Produksi Kopi (Ton)	
	2020	2021
<b>Kabupaten</b>		
Pacitan	20.582	20.571
Ponorogo	2.582	2.580
Trenggalek	11.260	11.253
Tulungagung	13.878	13.871
Blitar	21.308	21.262
Kediri	6.512	6.504
Malang	13.079	13.127
Lumajang	2.480	2.496
Jember	11.660	11.758
Banyuwangi	12.720	12.849
Bondowoso	10.167	10.245
Situbondo	1.705	1.753
Probolinggo	2.406	2.476
Pasuruan	3.641	3.775
Mojokerto	158	168
Jombang	720	754
Nganjuk	116	119
Madiun	874	883
Magetan	258	261
Ngawi	356	362
Sumenep	1	1
<b>Kota</b>		
Blitar	29	29
Batu	22	22
Jawa Timur	68.884	69.570

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur, 2022

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa produksi kopi provinsi Jawa Timur yang terdiri dari 29 Kabupaten dan 9 kota pada tahun 2020 sebesar 68.884 ton dan pada tahun 2021 mengalami peningkatan menjadi 69.570 ton. Tingginya produksi kopi di Jawa Timur juga diikuti dengan peningkatan penikmat kopi. Menurut ICO dalam Nasirudin et al. (2022) mengatakan peningkatan penikmat kopi di Indonesia meningkat sangat baik, melebihi pertumbuhan dunia, yakni 8% dalam pertambahan penikmat kopi di Indonesia lalu sisanya, yakni di dunia mendekati 6%. Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI) menyampaikan bahwa pertambahan angka kebutuhan kopi nasional naik dari 0,8 kilogram per kapita menjadi 1,3 kilogram per kapita. berkembangnya perindustrian kopi di dunia berdampak pula pada perindustrian kopi di Indonesia. Industri perkopian di Indonesia telah terjadi peningkatan yang cukup signifikan dilihat dari maraknya keberadaan kafe maupun kedai kopi saat ini.

Globalisasi memberikan pengaruh yang cukup besar bagi setiap usaha bisnis dalam menumbuhkan tantangan-tantangan baru untuk tetap mempertahankan perusahaannya. Melihat kondisi yang demikian, hal ini mendorong pemasar untuk dapat memahami bagaimana perkembangan atau perubahan dari setiap kegiatan usaha, selain itu setiap perusahaan haruslah mencari terobosan terbaru dalam menyusun strategi pemasarannya. Oleh karena itu setiap usaha memerlukan interaksi secara efektif untuk menciptakan daya tarik yang tepat.

Dalam setiap bisnis, pemasaran memainkan peran yang sangat penting. Hal ini terlihat dari perusahaan komersial dengan hasil produk yang biasa namun sukses hanya karena strategi pemasaran perusahaan sangat handal. Sebaliknya, usaha bisnis dengan produk berkualitas tidak akan berhasil jika tidak ada upaya pemasaran yang baik dan hebat. Setiap perusahaan dalam bidang apapun pasti memiliki tujuan yang sama, yaitu untuk mendapatkan

keuntungan. Selain itu, setiap perusahaan juga ingin memberikan kepuasan dan loyalitas pelanggan atas produk yang dihasilkan. Untuk mencapai pemasaran yang efektif salah satunya bisa mengacu pada strategi pemasaran. Hal ini penting karena strategi pemasaran merupakan contoh yang dapat dijadikan sebagai tolok ukur keberhasilan sebuah bisnis.

Strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan (Oentoro, 2012). Perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran harus berorientasi pada pasar. Hal ini dilakukan oleh perusahaan, sebagai upaya dalam menghadapi persaingan bisnis. Kegiatan yang dilakukan perusahaan dapat memberikan kepuasan pada konsumen. Dalam kondisi persaingan yang

kurang menguntungkan bagi perusahaan bila hanya mengendalikan produk yang ada tanpa usaha tertentu untuk mengembangkannya, sehingga dapat dikatakan pemasaran mempunyai peranan sangat penting dalam menunjang kegiatan perusahaan dalam meningkatkan penjualan. Jika konsumen mendapatkan kepuasan terhadap produk yang dijual, maka mereka akan loyal. Jika terwujud loyalitas pelanggan, maka akan berimbas terhadap peningkatan penjualan.

Pada zaman sekarang perkembangan pengetahuan dan teknologi semakin berkembang pesat yang mengakibatkan perubahan pola pikir masyarakat semakin kritis dalam memilih dan mengkonsumsi makanan dan minumannya. Sehingga banyak kafe bermunculan dari yang bernuansa tradisional sampai bernuansa *modern* untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang menginginkan menu kopi yang bervariasi dari yang sederhana sampai yang mewah, hal ini disebabkan karena bisnis ini sangat menjanjikan keuntungannya bagi para pengusaha.

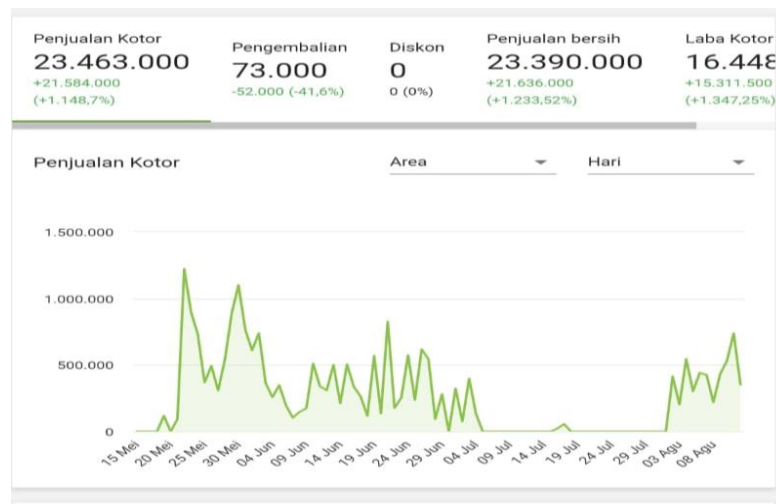
Kota Surabaya merupakan salah satu dari berbagai kota besar di Indonesia yang didalamnya banyak sekali berkembang pesat dunia usaha, khususnya dunia usaha di bidang kuliner. Usaha kuliner yang berjalan di Surabaya terus berkembang karena disisi lain terdapat banyak sekali peluang bagi masyarakat untuk melakukan kegiatan bisnis apapun yang mereka inginkan. Pertumbuhan bisnis makanan dan minuman menjadi salah satu kegiatan perekonomian tertinggi bagi pelaku bisnis di Surabaya, gaya hidup masyarakat Surabaya yang cenderung konsumtif dan mempunyai rasa keingin tahun akan tempat baru menjadikan salah satu alasan bisnis ini bisa dibilang sangat menguntungkan.

Kota Surabaya menjadi salah satu target pasar yang sangat menggiurkan bagi pengusaha di bidang kuliner, karena jumlah populasi penduduk yang tinggi serta tingkat pengeluaran perkapita berada di urutan pertama di Jawa Timur menjadi alasan yang logis dalam membuat bisnis tersebut, selain itu peningkatan jumlah kafe, rumah makan, dan pujasera mengalami peningkatan.

Banyak berdirinya bisnis kafe dengan berbagai konsep mulai modern sampai tradisional dan salah satunya adalah kafe Quokka coffee yang mengusung konsep *zero waste* dan *eco life* menjadi salah satu pilihan destinasi baru bagi para pecinta maupun penikmat kopi di Surabaya yang berlokasi di Jalan Ketintang Madya No.203, Surabaya. Quokka coffee merupakan kafe yang berkonsep modern yang mempunyai variasi menu kopi mulai dari espresso, latte art sampai dari menu kopi yang jarang ada di kafe kopi lainnya yaitu menu Manual Brew. Selain itu menu non kopi juga tersedia di kafe ini. Layanan yang diberikan pada kafe Quokka coffee sangat menarik, desain yang nyaman, fasilitas free wifi dan terdapat dua tempat pilihan *indoor* dan juga *outdoor* untuk membuat para konsumen merasa nyaman serta betah berlama-lama di Quokka coffee.

Quokka coffee merupakan kafe yang berdiri pada tahun 2021 dan masih ada beberapa masalah yang dialami oleh manajemen Quokka coffee seperti,

kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap keberadaan kafe Quokka coffee karena kafe tersebut baru berdiri, belum adanya plank pengenalan, promosi yang dilakukan masih sekedar melalui media sosial Instagram, akses jalan pada jam malam terbatas, lahan parkir masih kecil, sehingga penghasilan yang didapatkan oleh Kafe Quokka Coffee belum seperti yang diharapkan hal ini bisa kita lihat pada Gambar 1.1.



Sumber : Data Penjualan Kafe Quokka Coffe, 2021  
Gambar 1.1 Grafik Penjualan Kafe Quokka Coffe

Kafe Quokka Coffe sendiri memiliki target penjualan laba kotor perhari sebesar Rp 1.500.000,-. Berdasarkan data penjualan di Kafe Quokka Coffe pada gambar 1.1 memperlihatkan bahwa penjualan di Kafe Quokka Coffe selama bulan Mei sampai dengan bulan Agustus mengalami fluktuasi. Dimana penjualan tertinggi didapatkan pada tanggal 22 Mei dengan penjualan kotor sebesar Rp. 1.221.000,-. sedangkan penjualan terendah didapatkan pada tanggal 2 juli dengan penjualan kotor sebesar Rp. 75.000,-. Penjualan pada Kafe Quokka Coffe cenderung Fluktuatif. Jadi dapat dikatakan peluang usaha Kafe Quokka Coffe memiliki omset yang tidak stabil. Dalam situasi persaingan bisnis antar wirausaha dibidang kuliner, tidak dipungkiri lagi persaingan semakin ketat seperti yang terjadi saat ini terlebih lagi dalam usaha bidang kuliner dibuktikan dengan menjamunya cafe dan tempat makan yang ada di Surabaya tentunya pihak-pihak

yang bersaing akan selalu berusaha untuk dapat menjadi yang lebih unggul dengan selalu memberikan pelayanan terbaik dan fasilitas yang memadai bagi pengunjung

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti memilih “Bauran Pemasaran di kafe Quokka coffe” sebagai judul penelitian karena memandang perlu dilakukannya penelitian tersebut sehingga diperoleh informasi yang lebih jelas disertai bukti ilmiah mengenai pengaruh bauran pemasaran kafe Quokka Coffe.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di susun maka peeliti menyimpulkan beberapa rumusan maslah diantaranya:

1. Bagaimana bauran pemasaran yang meliputi: produk, harga, tempat dan promosi di kafe Quokka coffe?
2. Apakah bauran pemasaran yang meliputi: produk, harga, tempat dan promosi berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan di kafe Quokka coffe?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan implementasi bauran pemasaran yang meliputi: produk, harga, tempat dan promosi di kafe Quokka coffe.
2. Menganalisis pengaruh bauran pemasaran yang meliputi: produk, harga, tempat dan promosi terhadap tingkat kepuasan pelanggan di kafe Quokka coffe.

#### **1.4 Batasan Masalah**

Pembatasan masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian menjadi lebih terarah, sehingga tujuan penelitian dapat tercapai. Penelitian ini hanya membahas mengenai bauran pemasaran di Kafe Quokka Coffe.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1. Bagi Mahasiswa**

Mahasiswa dapat mengaplikasikan pengetahuan teoritis yang diperoleh di bangku perkuliahan dengan kondisi yang sebenarnya di lapangan dan sebagai sarana untuk memperoleh pengalaman kerja guna meningkatkan kemampuan diri. Selain itu, mahasiswa dapat menyajikan pengalaman-pengalaman dan data-data yang diperoleh selama penelitian ke dalam sebuah Laporan Penelitian.

##### **2. Bagi Perusahaan**

Sebagai wadah kerjasama yang saling menguntungkan antara perguruan tinggi dengan perusahaan sebagai penyempurna dalam dunia bisnis nyata. Perusahaan juga dapat memperoleh masukan-masukan ataupun sumbangan pikiran hasil dari analisa para calon sarjana agribisnis yang tentunya akan sangat bermanfaat bagi perusahaan.

##### **3. Bagi Perguruan Tinggi**

Sebagai sarana pengenalan instansi pendidikan Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Selain itu, laporan penelitian dapat digunakan sebagai tambahan referensi yang dapat dijadikan perbendaharaan ilmu dan pengetahuan terutama tulisan mahasiswa yang dapat direkomendasikan di perguruan tinggi dan dapat dijadikan sebagai acuan untuk penulisan karya sejenis.