

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kafe di Indonesia dilihat dari tahun ke tahun tumbuh dengan sangat baik, menjamurnya kafe terjadi di kota besar dan kota kecil di berbagai daerah di Indonesia. Menurut Maulidi dalam (Almunida, Samhudi, and Wicaksono 2022), Kafe merupakan tempat dimana seseorang atau sekelompok orang bersantai, berbincang, makan, dan minum. Kafe termasuk dalam kategori restoran, tetapi fokus utamanya adalah menciptakan suasana santai, nyaman, dan hiburan bagi pengunjung.

Sebuah kafe biasanya tersedia Air Conditioner (AC) yang membuat pengunjung tidak terpapar udara panas saat siang hari. Kafe juga mempunyai pencahayaan yang berguna untuk membuat minat pengunjung bertambah karena terlihat lebih menarik. Fasilitas lain yang biasanya ada di sebuah kafe adalah wifi dan live music yang membuat para pengunjung nyaman berlama-lama dan enggan untuk beranjak dari lingkungan kafe. Suasana kafe yang demikian akan meningkatkan jumlah pengunjung yang datang dan meningkatkan volume penjualan pada kafe tersebut.

Kopi yang disajikan di kafe berbeda dengan kopi yang disajikan di warung kopi pada umumnya. Kopi yang disajikan di kafe lebih bervariasi dan lebih menarik. Variasi kopi yang biasa dijual di kafe adalah perpaduan kopi dengan

bahan minuman lain seperti latte, chocolate, creamfoam, coconut, whipped cream, dan jelly. Perpaduan antara kopi dan bahan minuman lain menciptakan resep dan rasa baru yang menjadi menu di sebuah kafe.

Menu kopi yang biasa disajikan di kafe seperti espresso, amerikano, kapucino, makiato, moka, afogato, dan masih banyak lagi. Kopi yang ada di kafe biasanya disajikan dengan tempat dan tampilan yang menarik seperti coffe latte yang disajikan dengan latte art yaitu seni melukis diatas latte seperti gambar hewan, tanaman, hingga bentuk hati.

Kopi yang ada di kafe biasanya dibuat oleh barista dan disajikan oleh waitress. Pelayanan yang ada di kafe cenderung lebih ramah dan menyenangkan. pramusaji akan tanggap dan responsif jika pengunjung kafe membutuhkan bantuan maupun menyampaikan keluhan. Barista dan pramusaji yang melayani pengunjung biasanya memakai pakaian yang rapih dan menarik, hal ini bertujuan agar pengunjung lebih nyaman berada di kafe

Kafe pada saat ini berkembang dengan baik di Indonesia karena kafe mempunyai potensi konsumen yang luas. Pengunjung kafe bukan hanya berasal dari kalangan muda tetapi juga dari kalangan muda hingga kalangan tua. Faktor lain yang mendukung bisnis kafe berkembang adalah budaya orang Indonesia yang mengonsumsi kopi sejak dulu, kopi juga dianggap orang Indonesia sebagai sarana komunikasi dengan orang lain yang dulu dilakukan di warung kopi dan sekarang juga bisa dilakukan di kafe.

Bisnis kafe saat ini semakin banyak diminati karena perkembangan zaman yang mengubah gaya hidup masyarakat. Keberhasilan dalam menjalankan suatu bisnis kafe ada dalam manajemen strategi kafe itu sendiri. Hal ini disebabkan karena pertumbuhan jumlah kafe yang ada memunculkan persaingan dari mulai kafe berskala kecil hingga besar. Dalam bisnis kafe, mengembangkan dan mempertahankan suatu kafe disebut manajemen strategis

Manajemen strategis adalah merupakan serangkaian proses yang memuat berbagai keputusan yang bersifat mendalam dan komprehensif yang dibuat oleh pemimpin agar dapat diimplementasikan oleh seluruh pengemban tugas yang ada di bawah pemimpin guna mencapai tujuan perusahaan (Yatminiwati 2019).

Keberhasilan bisnis kafe juga tidak luput dari peran strategi pemasaran kafe itu sendiri. Berdasarkan (Kotler and Armstrong 2019) suatu pemasaran sapat diartikan sebagai proses dimana bisnis memberikan sesuatu yang bernilai bagi pelanggan dan menjalin ikatan yang solid dengan mereka untuk memperoleh nilai dari mereka. Strategi pemasaran memegang peran yang tidak kalah penting, karena sukses tidaknya suatu bisnis kafe dapat dilihat dari tinggi atau rendahnya capaian strategi pemasaran kafe itu sendiri.

Startegi pemasaran menurut (Kurniawan 2020) adalah upaya yang dilakukan oleh unit bisnis untuk mencapai sasaran pemasarannya. Secara umum strategi ini melibatkan pengambilan keputusan terkait anggaran pemasaran, bauran pemasaran, dan alokasi penjualan pada perusahaan. Dengan adanya strategi

pemasaran kegiatan atau program pemasaran yang dilakukan diharapkan dapat mempengaruhi permintaan produk atau lini produk tertentu yang ada di pasar.

Kafe di Indonesia pada saat ini jumlahnya cukup banyak dari tahun ke tahun terus bertambah. Pemilik usaha kafe dituntut tanggap dalam menghadapi persaingan dan kondisi sosial yang terus menerus berubah. Persaingan ini memunculkan suasana bisnis yang kompetitif, dimana kafe yang dapat beradaptasi dan berinovasi bisa terus tumbuh dan berkembang. Kafe yang tidak mampu bersaing dan beradaptasi sesuai dengan zaman yang terus berubah akan tertinggal dan bisa berakhir penutupan atau kebangkrutan kafe.

Kafe sangat mudah dijumpai di berbagai daerah di Indonesia, terutama di kota-kota besar seperti Kota Surabaya. Jumlah kafe di kota ini sangat banyak. Hal ini disebabkan mayoritas anak mudanya gemar mengunjungi kafe untuk sekedar berkumpul ataupun bersantai.

Setiap kafe yang ada di Kota Surabaya saling bersaing untuk dapat bertahan dan unggul dengan memberikan pelayanan yang sangat baik agar mendapat kepercayaan dari para konsumen. Salah satu bisnis kafe di Kota Surabaya yang masih bertahan, memiliki suasana nyaman, bahkan penjualannya terus meningkat, yaitu kafe Karmenseve. Kafe yang berdiri sejak tahun 2015 ini berlokasi di jalan Karangmenjangan V no.8 Surabaya.

Kafe ini berada di pinggir jalan raya Karangmenjangan yang memudahkan calon konsumen mengetahui dan menjangkau kafe. Kafe Karmenseve mengusung konsep cozy dengan memaksimalkan sumber daya yang ada seperti adanya tempat

indoor dengan fasilitas ruangan ber AC, tempat duduk yang nyaman, banyaknya stop kontak hingga jaringan wifi yang kencang akan membuat pengunjung merasa nyaman. Selain indoor terdapat juga ruangan outdoor yang mengarah langsung ke jalan raya sehingga pengunjung dapat menikmati suasana di tepi jalan karangmenjangan.

Kafe Karmenseve selalu menghadirkan menu baru baik dari makanan maupun minuman. Menu baru ini merupakan hasil karya yang dibuat dengan mencampur dan menambahkan bahan sehingga menemukan cita rasa baru seperti *Ginger bell*, *Americano carribian*, *berry wonka*, dan *classic carribian*

Pengenalan menu baru di kafe Karmenseve biasanya melalui media sosial seperti Instagram, dari unggahan media sosial ini pengikut akun Karmenseve dapat mengetahui menu baru. Dari beberapa hal yang sudah disebutkan penjualan dari kafe Karmenseve mengalami peningkatan dalam kurung waktu satu tahun. Berikut data peningkatan penjualan di kafe Karmenseve :

Tabel 1. 1Volume Penjualan Makanan dan Minuman

Di Kafe Karmenseve Tahun 2023

No	Bulan (2023)	Penjualan (Item)		
		Makanan	Minuman	Total
1.	Januari	350	505	855
2.	Februari	386	590	976
3.	Maret	414	625	1.039
4.	April	282	317	599

5.	Mei	455	600	1.055
6.	Juni	457	593	1.050
7.	Juli	428	627	1.055
8.	Agustus	576	684	1.260
9.	September	744	967	1.711
10.	Oktober	710	850	1.560
11.	November	754	909	1.663
12.	Desember	862	1097	1.959

Sumber : (Pemilik Cafe)

Pada data penjualan makanan dan minuman kafe Karmenseve di atas, bisa dilihat penjualan pada awal bulan yaitu Januari 855 item, bulan Februari 976 item, dan bulan Maret 1.039 item. Pada bulan April penjualan mengalami penurunan di angka 599 item. Pada penjualan di bulan Mei mengalami peningkatan menyentuh 1.055 item. Bulan Juni penjualan kafe mengalami penurunan, tetapi tidak signifikan hanya sebesar 5 item yang sebelumnya 1.055 item ke 1.050 item. Di bulan Juli penjualan kafe Karmenseve dapat naik kembali di angka 1.055 item. Penjualan selanjutnya yaitu di bulan Agustus meningkat menjadi 1.260 item, bulan September 1.711 item, bulan Oktober 1.560 item, dan bulan November 1.663 item. Peningkatan penjualan paling tinggi terjadi pada bulan Desember yaitu penjualan menyentuh 1.959 item. Penjualan kafe ini cenderung meningkat dan sangat signifikan pada bulan Desember.

Adanya fluktuasi jumlah penjualan pada Kafe Karmenseve pada tahun 2023 serta bertahannya Kafe ini dari tahun 2015 hingga sekarang. Peneliti ingin mengetahui strategi apa yang dilakukan Kafe Karmenseve terutama pemasaran

untuk meningkatkan volume penjualan. Dari penjelasan yang telah peneliti jabarkan maka peneliti mengambil judul **“Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kafe Karmenseve”**.

1.2 Rumusan Masalah

Strategi pemasaran seperti apa yang digunakan oleh kafe Karmenseve dalam meningkatkan volume penjualan ?

1.3 Tujuan penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisis startegi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan yang diterapkan oleh Kafe Karmenseve.

1.4 Manfaat penelitian

1. Secara Teoritis

Pada penelitian ini peneliti berharap dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam bidang teori pemasaran. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan menjadi sumber informasi dan referensi bagi peneliti yang ingin melakukan studi lanjutan pada topik yang sama.

2. Secara Praktis

Penelitian ini bagi peneliti dapat sebagai tambahan wawasan dan pengalaman. Melalui penelitian ini diharapkan bagi perusahaan dapat digunakan untuk mengevaluasi langkah-langkah yang perlu diambil dalam membuat kebijakan pemecahan masalah yang terkait dengan startegi pemasaran kafe Karmenseve dalam meningkatkan penjualan. Sedangkan bagi para pembaca dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti yang ingin mengembangkan tema penelitian ini.