

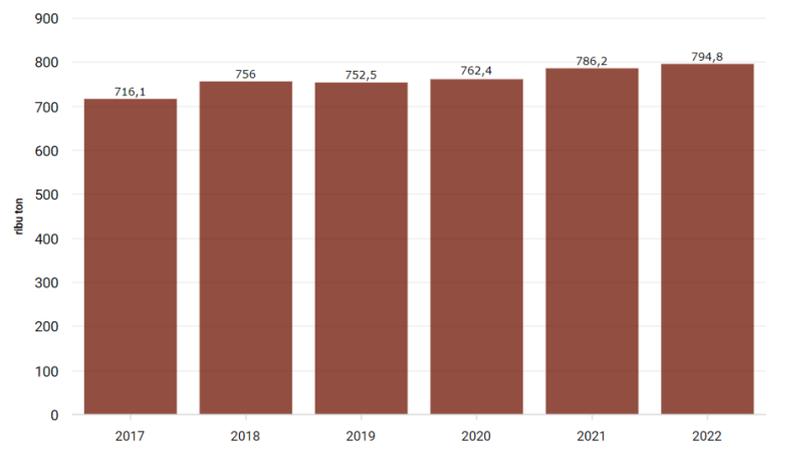
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia terus mengalami peningkatan yang signifikan dari hari ke hari. Hal tersebut dapat dilihat dari munculnya pelaku usaha dengan beragam jenis usaha yang dijalankan. Salah satu bisnis yang sedang berkembang yakni bisnis kedai kopi. Hal ini ditandai dengan volume produksi kopi Indonesia pada tahun 2022 yang mencapai 794,8 ribu ton, angka ini menunjukkan peningkatan sebesar 1,1% dibanding tahun 2021 data tersebut diperoleh dari databoks.

Gambar 1. 1 Produksi Kopi Indonesia 2017-2022



Sumber: Katadata.co.id

Dengan adanya fenomena kebiasaan Masyarakat yang senang berkumpul atau minum kopi di kedai, tentunya ini menjadi sebuah peluang yang dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk memulai bisnis kedai kopi.

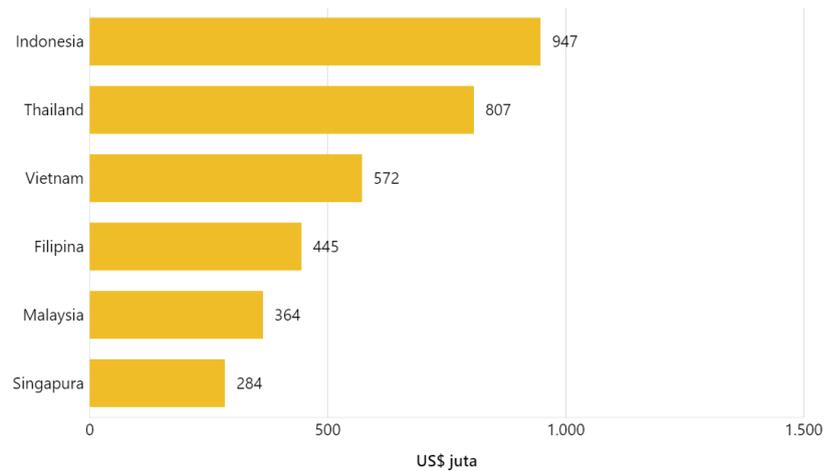
Perkembangan industri kopi dan kedai kopi ini memberikan peluang besar bagi pelaku bisnis untuk mengembangkan usaha mereka. Namun, persaingan di industri ini juga semakin ketat oleh karena itu, perusahaan kopi dan kedai kopi harus mampu berinovasi dan melakukan promosi yang efektif untuk memenangkan persaingan dan meningkatkan minat beli.

Namun seiring bermunculan pelaku bisnis kedai kopi tentunya membuat persaingan semakin ketat sehingga menuntut para pelaku bisnis untuk menentukan strategi bisnis agar mampu bersaing dengan kompetitornya, serta untuk menarik minat beli konsumen. Minat beli konsumen dapat dipengaruhi oleh banyak faktor yang berdampak pada keinginan konsumen untuk membeli, seperti adanya promosi yang ada di media sosial, kestrategisan lokasi, serta keragaman produk yang ada.

Karena perkembangan pasar kopi yang ada di Indonesia sehingga tercatat dalam Databox bahwa pada laporan *Momentum Works, coffee in Southeast Asia: Modernising Retail of the Daily Beverage*, menyebut tahun 2023 Indonesia merajai

pasar kopi modern di Asia Tenggara. Besaran pasar tersebut diperkirakan mencapai US\$ 947 Juta pada tahun 2023.

Gambar 1. 2 Proyeksi Nilai Omzet Tahunan Pasar Kopi Modern di Negara-negara Asia Tenggara (2023)



Sumber: Katadata.co.id

Dengan berkembangnya teknologi digital membawa dampak yang dapat dirasakan pengaruh positifnya. Terutama dalam menunjang kegiatan promosi dan transaksi lewat platform media sosial.

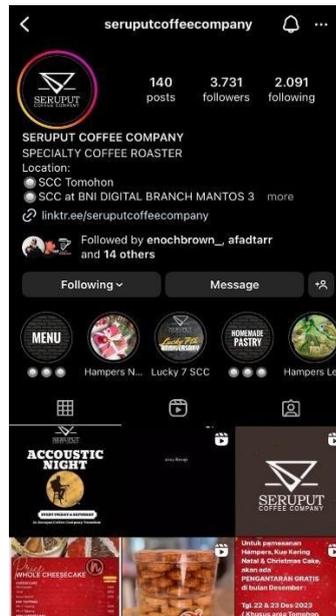
Kindarto (2010) dalam (Firona et al. 2018) mengartikan media sosial merupakan sebuah sistem struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual tau organisasi, dimana hal tersebut dapat membuat orang saling berhubungan. Dapat disimpulkan bahwa media sosial dapat memungkinkan orang untuk saling berhubungan dan berkomunikasi dengan lebih mudah, serta membangun citra diri

di depan orang lain. Media sosial juga dapat menjadi sarana yang efektif untuk pemasaran karena memungkinkan interaksi yang lebih dekat dengan konsumen.

Dewing (2012) dalam (Budiyanto et al. 2022) mengartikan media sosial sebagai referensi jasa layanan berbasis internet dan jasa layanan seluler yang memungkinkan pengguna berpartisipasi dalam pertukaran daring, berkontribusi untuk pengguna membuat isi media sosial, atau bergabung dalam komunitas daring, termasuk blog (Tumblr), wiki, bookmark sosial (Digg), situs jejaring sosial (Facebook, Twitter, dan LinkedIn) dan situs media sharing (Youtube dan Instagram).

Dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan sarana interaksi yang sangat bagus digunakan dalam sebuah usaha, karena melalui media sosial sendiri dapat saling terhubung dan dapat saling berbagi pesan maupun media antar satu dengan yang lainnya.

Gambar 1. 3 Media Sosial Seruput Coffee Company Tomohon



Sumber : Instagram Seruput Coffee Company Tomohon

Seruput *Coffee Company* Tomohon menggunakan media sosial berupa Instagram untuk mempromosikan kedai kopi mereka. Dalam media sosial Instagram Seruput *Coffee Company* Tomohon memiliki 3.731 jumlah pengikut. Akan tetapi dalam hal ini promosi yang dilakukan oleh seruput dalam media sosial mereka masih sangat kurang karena dibandingkan dengan kedai kopi yang lain promosi Seruput masih sangat sedikit.

Media sosial juga merupakan salah satu akses yang dibutuhkan oleh para konsumen dalam menjangkau informasi tentang Seruput *Coffee Company* Tomohon. Melalui media sosial Instagram ini seruput dapat menjangkau konsumen mulai dari <20 Tahun - >35 Tahun. Maka dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa

Seruput *Coffee Company* Tomohon menargetkan konsumen dengan usia mulai dari <20 Tahun - >35 Tahun.

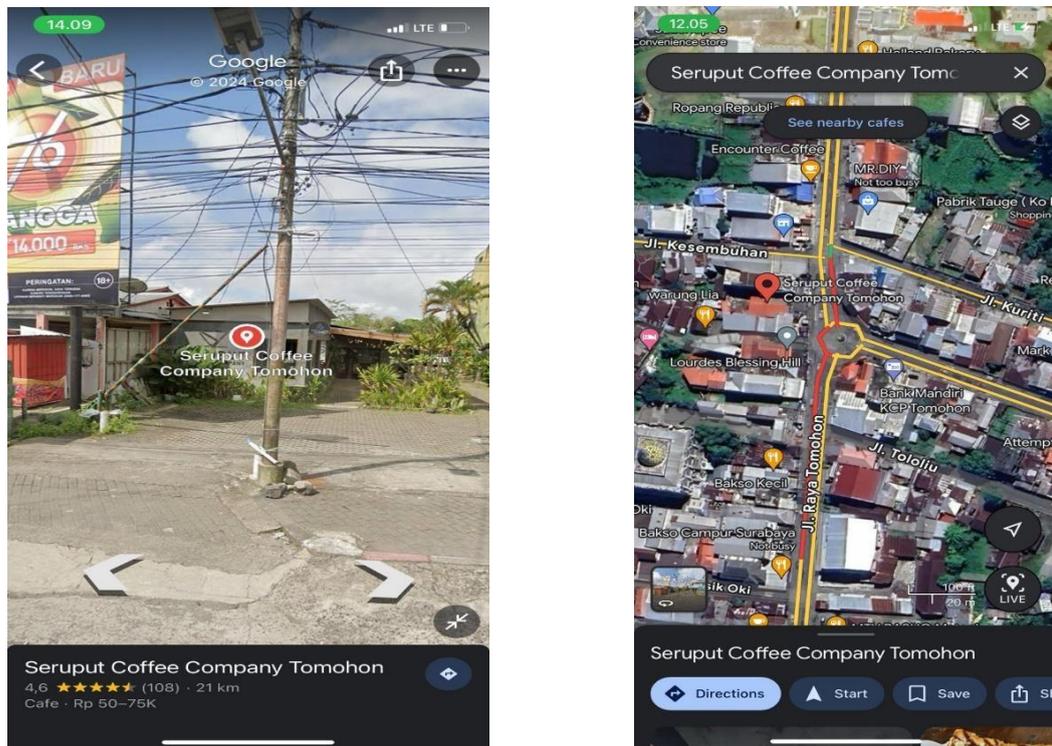
Keterkaitan atau pengaruh antara media sosial dan minat beli sendiri berkaitan dan berpengaruh karena dengan adanya media sosial konsumen dapat mengetahui perkembangan dari kedai kopi tersebut dan juga melalui media sosial konsumen dapat mengetahui seberapa terkenalnya kedai kopi tersebut

Dalam penggunaan teknologi yang canggih juga menjadi faktor penting dalam perkembangan bisnis di Indonesia. Kemajuan teknologi telah memungkinkan adanya berbagai inovasi dalam proses produksi, pemasaran, dan distribusi produk. Dengan memanfaatkan teknologi yang ada, pelaku bisnis dapat meningkatkan efisiensi operasional mereka, memperluas jangkauan pasar, dan memberikan pengalaman yang lebih baik kepada konsumen. Namun, penting juga bagi pelaku bisnis untuk tetap beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis. Perkembangan pasar, perubahan kebijakan pemerintah, dan dinamika ekonomi harus menjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan bisnis. Fleksibilitas dan kesiapan untuk berubah menjadi kunci dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang muncul.

Husen *et al.*, (2018) dalam (Yanti et al. 2022) mengartikan kestrategisan lokasi dimulai dari menentukan area lokasi, dengan pilihan ini sangat bergantung pada potensi pengembangan dan ketergantungan keuangan, persaingan, lingkungan politik,dll.

Kestrategisan lokasi di Seruput Coffee Company Tomohon merupakan faktor penting dalam meningkatkan minat beli konsumen. Hal ini didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan pemilihan lokasi toko mereka dengan cermat agar dapat menarik minat beli konsumen. Selain itu, pengelolaan lokasi yang tepat juga dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan minat beli konsumen.

Gambar 1. 4 Lokasi Seruput Coffee Company Tomohon



Sumber : Google Maps

Kestategisan lokasi dari Seruput *Coffee Company* Tomohon dalam hal ini kurangnya ketersediaan lahan parkir. Dimana lahan parkir yang disediakan oleh Seruput *Coffee Company* Tomohon sangat kecil. Kestrategisan lokasi dari Seruput *Coffee Company* Tomohon kendalanya disaat banyaknya pengunjung atau konsumen yang mendatangi Seruput *Coffee Company* Tomohon lahan parkir kendaraan konsumen tidak tersedia, bahkan konsumen yang datang harus memarkirkan kendaraan mereka di pinggir jalan raya sehingga dapat mengakibatkan kemacetan di ruas jalan tersebut. Itu semua dikarenakan tata letak

bangunan dari Seruput *Coffee Company* Tomohon berada tepat di samping bundaran yang juga merupakan jalan Trans Tomohon.

Kestrategisan lokasi mempengaruhi minat beli konsumen karena kenyamanan, lokasi yang memiliki kenyamanan lingkungan dan kelengkapan fasilitas yang baik dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Contohnya, lokasi yang memiliki ketersediaan lahan parkir, kedekatan dengan pusat keramaian, dan kenyamanan lingkungan

Mustapa *et al.*, (2018) dalam (Yanti and Ferayani 2022) mengatakan bahwa keragaman produk adalah bermacam-macam dari semua barang dan barang dagangan yang disajikan oleh penjual tertentu kepada pembeli.

Keragaman produk di Seruput *Coffee Company* Tomohon memiliki peran yang signifikan dalam memengaruhi minat beli konsumen. Hal ini didukung oleh temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa keragaman produk secara positif berkontribusi terhadap keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan manajemen keragaman produk mereka agar dapat memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen dengan lebih baik. Selain itu, pengelolaan keragaman produk yang tepat juga dapat membantu perusahaan dalam

mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan minat beli konsumen.

Keragaman produk yang dimaksudkan disini yaitu kurangnya menu menu local yang paling diminati oleh konsumen-konsumen terutama oleh para penikmat kopi di Sulawesi Utara. Contohnya seperti pisang goreng, ubi goreng, dan lainnya. Menu yang ada di Seruput *Coffee Company* Tomohon lebih mengarah ke *Western Food* atau makanan yang berasal dari eropa atau bagian barat lainnya.

Gambar 1. 5 Daftar Menu Seruput Coffee Company Tomohon



Sumber : Instagram Seruput Coffee Company Tomohon

Keragaman Produk yang ada di Seruput *Coffee Company* Tomohon sudah banyak akan tetapi dalam hal ini Seruput *Coffee Company* Tomohon mentiadakan menu lokal yang pada umumnya sangat diminati oleh konsumen di seluruh *kedai kopi* yang ada.

Keragaman produk mempengaruhi minat beli konsumen karena Produk yang beragam dapat meningkatkan kemauan konsumen dalam memilih produk apa yang akan mereka beli. Jenis dan ragam dapat membangkitkan semangat konsumen dalam memilih produk yang paling mereka sukai.

Seruput *Coffee Company* Tomohon merupakan salah satu kedai kopi yang berada di kota Tomohon, Sulawesi Utara, Indonesia. Seruput *Coffee Company* telah berdiri sejak tahun 2015 dan sejak itu telah menjadi salah satu destinasi favorit bagi para penggemar kopi di kota Tomohon dan sekitarnya serta memiliki minat beli yang cukup tinggi. Meskipun demikian, sebagai pemilik bisnis, Seruput *Coffee Company* Tomohon harus terus mengembangkan strategi agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dan menarik pelanggan baru. Oleh karena itu, penelitian tentang analisis Media Sosial, Kestrategisan Lokasi, dan Keragaman Produk pada Seruput *Coffee Company* Tomohon untuk meningkatkan Minat Beli menjadi penting untuk dilakukan.

Penelitian tentang analisis media sosial, kestrategisan lokasi dan keragaman produk pada Seruput *Coffee Company* Tomohon dapat memberikan informasi yang berguna bagi Seruput *Coffee Company* Tomohon dan kedai kopi lainnya tentang faktor-faktor yang dapat menarik minat beli konsumen. Penelitian ini juga dapat

memberikan gambaran tentang seberapa pentingnya faktor-faktor tersebut dalam menarik minat beli konsumen di Kedai Kopi. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan masukan kepada pemilik bisnis kedai kopi tentang strategi yang dapat dilakukan untuk menarik minat beli konsumen.

Dengan demikian, penelitian tentang analisis media sosial, kestrategisan lokasi, dan keragaman produk pada Seruput *Coffee Company* Tomohon terhadap minat beli konsumen menjadi penting untuk dilakukan.

1.2. Rumusan Masalah

Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat beli konsumen pada Seruput *Coffee Company* Tomohon.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Apakah media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen?

Apakah kestrategisan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen?

Apakah keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen?

Apakah media sosial, kestrategisan lokasi, dan keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen?

1.4. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di Seruput *Coffee Company* Tomohon.

1.5. Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat Batasan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu fokus penelitian hanya akan difokuskan pada analisis media sosial, kestrategisan lokasi, dan keragaman produk terhadap minat beli konsumen di Seruput *Coffee Company* Tomohon..

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

- Kontribusi pada teori media sosial: Penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang pengaruh media sosial terhadap minat beli konsumen.
- Pemahaman tentang kestrategisan lokasi: Penelitian ini dapat memberikan pemahaman lebih lanjut tentang bagaimana kestrategisan lokasi berdampak pada minat beli konsumen.

- Pengaruh keragaman produk: Penelitian ini dapat menggali hubungan antara keragaman produk yang ditawarkan oleh Seruput *Coffee Company* Tomohon.
- dengan minat beli konsumen.

1.6.2. Manfaat Praktis

- Panduan strategi pemasaran: Hasil penelitian ini dapat memberikan panduan bagi Seruput *Coffee Company* Tomohon. dan perusahaan sejenis dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.
- Pengembangan lokasi usaha yang optimal: Penelitian ini dapat membantu Seruput *Coffee Company* dalam menentukan lokasi usaha yang strategis berdasarkan faktor-faktor kestrategisan lokasi yang teridentifikasi.
- Peningkatan portofolio produk: Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang preferensi konsumen terkait dengan keragaman produk.

