

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Keadaan ekonomi membuat persaingan bisnis menjadi semakin tajam, yang mengakibatkan pelanggan berfikir dalam melakukan pembelian atas produk yang mereka butuh. Dalam keadaan ini membuat pembisnis menjadi lebih professional agar tetap dapat bersaing. Suatu bisnis diselenggarakan untuk memperoleh laba, dan faktor yang penting dalam bisnis adalah menciptakan sekaligus mempertahankan konsumen. Agar dapat mudah mencari dan mempertahankan konsumen, maka kita harus mengusahakan agar konsumen dapat terpuaskan. Menurut Kotler (1997:36)

Banyak perusahaan yang berdiri di bidang yang sama bahkan menghasilkan produk yang sama, sebagai contoh dapat di lihat di pasarran banyaknya *coffee shop* di Indonesia salah satunya yaitu Kopi Janji Jiwa dan banyak lagi *coffee shop* lainnya. Banyaknya *Coffee shop* di Indonesia berusaha untuk mendapatkan daya tarik di pangsa pasar agar dapat di lihat produk mereka masing - masing. Oleh karena itu perusahaan di tuntut dalam mempromosikan produk dalam lingkup persaingan yang semakin mendalam karena hal tersebut adalah kunci dari suksesnya perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasar.

Perusahaan harus dapat melihat minat konsumen sebagai tujuan utama, karena minat konsumen kunci dari memenangkan persaingan. Memberi produk yang berkualitas tinggi dapat memenuhi segala kebutuhan konsumen. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen diperlukan penelitian dan pengetahuan dalam minat konsumen agar dapat mempertahankan pangsa pasar. Banyak aspek dapat di lihat dari minat konsumen tersebut salah satunya yaitu pengaruh kemasan minuman terhadap minat konsumen.

Packaging/kemasan, diartikan secara umum adalah bagian terluar yang membungkus suatu produk dengan tujuan untuk melindungi produk dari cuaca,

guncangan dan benturan-benturan terhadap benda lain. Menurut Kotler dan Armstrong (2001:367), pengemasan (*packaging*) sebagai semua kegiatan merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk. Senada dengan pernyataan Kotler dan Keller (2009:27) yang menyebutkan bahwa pengemasan (*packaging*) sebagai semua kegiatan merancang dan memproduksi wadah untuk sebuah produk. Kemasan mencakup wadah utama produk, kemudian kemasan sekunder yang dibuang ketika produk akan digunakan. Secara tradisional fungsi dari kemasan adalah untuk memuat dan melindungi produk. Konsep pengemasan sendiri harus dibuat juga keputusan mengenai elemen spesifik dari kemasan, seperti ukuran, bentuk, bahan, warna, teks dan merek. Berbagai elemen ini harus bekerjasama untuk mendukung posisi produk serta strategi pemasaran (Kotler & Armstrong, 2001 : 368). Menurut Tjiptono (2001:106) pengemasan (*packaging*) merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah (*container*) atau pembungkus (*wrapper*) untuk suatu produk. Adapun indikator yang dinilai untuk mengetahui respon konsumen terhadap minat beli produk khas bumiayu diantaranya manfaat kemasan terhadap produk itu sendiri dan buat konsumen, ragam ukuran dari kemasan, kualitas kemasan sehingga bisa berfungsi dan dapat meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk serta corak warna yang menjadi daya tarik dari produk tersebut.

Kemasan bisa memberikan gambaran atas produk yang diberikan. Kemasan tentunya menjadi faktor lain yang bisa mempengaruhi minat beli konsumen karena kemasan merupakan bentuk nyata yang bisa langsung dilihat dan dinilai. Banyaknya *coffee shop* di beberapa wilayah di Indonesia, dapat mengindikasikan bahwa keberadaan kopi di Indonesia saat ini tengah populer. Banyak *coffee shop* yang berlomba-lomba menawarkan cita rasa kopi khas Indonesia. Semakin meningkatnya industri kopi, hal ini membuat kopi menjadi sebuah *lifestyle* saat ini. Salah satu *coffee shop* yang tengah populer adalah Kopi Janji Jiwa.

Kopi Janji Jiwa adalah *coffee shop* asli Indonesia milik PT. Luna Boga Narayan yang didirikan pertama kali oleh Billy Kurniawan selaku *Business Owner* di ITC

Kuningan pada Tahun 2018. Brand Manager PT. Luna Boga Narayan, Michael, mengatakan bahwa nama *coffee shop* Janji Jiwa berawal dari pemilik usaha bisnis minuman ini dulunya memiliki *passion* di bidang kopi. Brand ini dikeluarkan sebagai janji dari hati yang terdalam untuk menyajikan kopi sebagai salah satu *passion*-nya. Kedai Kopi Janji Jiwa menyajikan berbagai pilihan kopi lokal Indonesia dengan harga terjangkau yang mengadopsi konsep *fresh-to-cup*. Kopi Janji Jiwa juga mempunyai banyak varian rasa. Salah satu menu favoritnya adalah es kopi susu (espresso, susu, dan gula aren). Menu lain *Coffee shop* Janji Jiwa yaitu es coklat (susu segar dan coklat), es susu matcha (susu segar dan the matcha), es madu yuzu, hingga varian soy series yang menjadi menu *favorit* tanpa kopi.

Pengaruh kemasan terhadap minat konsumen di *Coffe shop* Janji Jiwa perlu di ketahui. Untuk mengetahui pengaruh kemasan terhadap minat konsumen di *coffee shop* Janji Jiwa maka diperlukan suatu penelitian pengaruh kemasan minuman terhadap minat konsumen yang ada di *coffee shop* Janji jiwa. Adapun atribut dalam kemasan yang perlu di analisis terhadap minat konsumen yaitu warna kemasan, desain kemasan, bentuk kemasan, bahan kemasan dan ukuran kemasan. Untuk mengetahui pengaruh kemasan minuman terhadap minat konsumen maka diperlukan hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H_0 = Tidak ada pengaruh antara kemasan terhadap minat konsumen

H_i = Ada pengaruh antara kemasan terhadap minat konsumen

Perlunya mendapatkan responden dari pelanggan yang bertujuan untuk memperoleh sampel yang sesuai dengan kebutuhan penelitian pengaruh kemasan terhadap minat konsumen.

1.2 Rumusan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat dirangkum rumusan penelitian yang terdapat dalam penelitian ini adalah belum adanya penelitian secara khusus / spesifik yang membahas mengenai pengaruh kemasan terhadap minat konsumen. Maka berdasarkan latar belakang, rumusan penelitian ini adalah:

1. Apakah kemasan berpengaruh terhadap minat beli konsumen?
2. Bagaimana pengaruh dari atribut warna kemasan, desain kemasan, bentuk kemasan, bahan kemasan, dan ukuran kemasan terhadap minat beli konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian di atas, untuk mengetahui tujuan penelitian ini, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui pengaruh kemasan terhadap minat beli konsumen
2. Untuk mengetahui pengaruh atribut warna kemasan, desain kemasan, bentuk kemasan, bahan kemasan dan ukuran kemasan terhadap minat beli konsumen

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penyusun:
 - a. Dapat mengetahui pengaruh kemasan terhadap minat beli konsumen
 - b. Dapat mengetahui pengaruh warna, desain, bentuk bahan, dan ukuran kemasan terhadap minat konsumen.
 - c. Dapat di jadikan sebagai referensi dalam menghadapi masalah yang sama dan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan

2. Bagi STIMLOG:

- a. Dapat mengenalkan lembaga pendidikan STIMLOG kepada Kopi Janji Jiwa, bahwa dalam lembaga pendidikan Sekolah Tinggi Manajemen Logistik (STIMLOG) Indonesia terdapat jurusan Manajemen Logistik.
- b. Sebagai bentuk keterlibatan Sekolah Tinggi Manajemen Logistik (STIMLOG) Indonesia dalam membantu dan memberikan solusi bagi Kopi Janji Jiwa dalam memasarkan produknya.

3. Perusahaan:

Sebagai bahan informasi dan bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan dalam mengambil keputusan dan pengembangan perusahaan.

1.5 Batasan Penelitian

Adapun batasan penelitian agar penelitian ini lebih terarah dan lebih terfokus lagi maka berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah Batasan penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya membahas kemasan kopi dengan berat 16 oz
2. Waktu observasi dilakukan pada tanggal 1 Oktober 2021 sampai dengan 1 Desember 2021
3. Metode kusioner dengan skala likert
4. Metode pengolahan dengan *chi-square*
5. Penelitian ini hanya membahas pengaruh kemasan minuman terhadap minat konsumen di Kopi Janji Jiwa.
6. Penelitian ini hanya mengetahui pengaruh atribut warna kemasan, desain kemasan, bentuk kemasan, bahan kemasan dan ukuran kemasan terhadap minat konsumen di Kopi Janji Jiwa.
7. Ruang lingkup penelitian ini hanya mengetahui pengaruh kemasan terhadap minat beli konsumen.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan tentang Latar Belakang, Rumusan Penelitian, Tujuan Penelitian Tugas Akhir, Manfaat Penelitian Tugas Akhir, Batasan Penelitian, serta Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir.

BAB II Landasan Teori

Pada bab ini merupakan pembahasan teori-teori yang berhubungan dengan penelitian, perencanaan dan pemecahan masalah terkait dengan penelitian yaitu Kopi Janji Jiwa

BAB III Metodologi Penelitian

Pada bab ini berisi tentang penjelasan mengenai langkah-langkah sistematis yang dilakukan dalam melakukan penelitian sekaligus pengembangan metode solusi, serta analisis dari model yang dikembangkan.

BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini berisi tentang pengumpulan data yang dibutuhkan untuk penelitian serta pengolahan data yang sudah didapat selama pengumpulan data dilakukan.

BAB V Analisis

Pada bab ini berisi tentang analisis hasil dari data yang sudah didapat kemudian diolah menggunakan metode yang digunakan untuk akhirnya didapat solusi dari penelitian tersebut.

BAB VI Penutup

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan akhir yang dapat ditarik dari hasil penelitian, serta saran bagi perusahaan untuk perbaikan dan saran untuk penelitian selanjutnya.