

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya globalisasi, berbagai perkembangan bidang mengalami kemajuan salah satunya di bidang bisnis karena adanya kecanggihan teknologi dan ilmu pengetahuan. Dalam menghadapi perubahan tersebut, masyarakat atau konsumen dan pelaku bisnis dituntut untuk dapat beradaptasi. Di Indonesia bisnis makanan dan minuman seperti pendirian gerai makanan, café, kedai kopi, maupun restoran berkembang pesat dari tahun ke tahun. Semakin banyaknya gerai makanan dan minuman dengan berbagai merek yang tersedia di sekitar lingkungan masyarakat menjadi penanda pesatnya perkembangan bisnis makanan dan minuman di Indonesia. Meningkatnya bisnis makanan dan minuman tidak terlepas dari fakta bahwa makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok manusia. Permintaan yang terus meningkat terhadap makanan dan minuman juga mempengaruhi peningkatan penawaran makanan dan minuman tersebut.

Salah satu model bisnis yang sedang populer di Indonesia dalam bidang makanan dan minuman adalah *Franchise F & B* (Food and Beverage). Dalam bisnis *Franchise*, sebuah perusahaan (*franchisor*) memberikan hak kepada pihak lain (*franchisee*) untuk menggunakan merek dagang, produk, dan sistem bisnis yang dimiliki oleh perusahaan penyedia produk barang. Dalam hal ini, *franchisee* akan membayar sejumlah uang kepada *franchisor* yang biasanya disebut dengan biaya *franchise* atau *fee* lainnya. *Franchise* memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan bisnis mandiri atau bisnis baru yang dimulai dari awal. Beberapa keunggulan model bisnis *franchise* yaitu dapat memanfaatkan merek dagang yang sudah dikenal oleh masyarakat luas sehingga mempermudah dalam memasarkan produk dan jasa, mendapatkan dukungan dari *franchisor* dalam hal pelatihan, pemasaran, pengembangan produk, dan manajemen bisnis sehingga dapat mengurangi risiko kegagalan dalam bisnis. Sebagai contoh bisnis-bisnis *Franchise* yang sudah memiliki nama besar antara lain seperti KFC, Starbucks, Janji Jiwa, Mixue, Mie Gacoan dan berbagai merek lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis *Franchise* memiliki potensi besar untuk mengembangkan perekonomian di Indonesia dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Tidak heran bahwa pertumbuhan bisnis yang bergerak pada sistem *Franchise* di Indonesia rata-rata meningkat sebanyak 12%-16% di tiap tahunnya (Kartika, 2019).

Di era perkembangan bisnis *Franchise F & B* sekarang ini, banyak sekali perusahaan dengan produk-produk baru menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produknya. Hal ini mengakibatkan konsumen memiliki banyak pilihan dalam menggunakan produk yang ditawarkan oleh produsen. Namun, disisi produsen, hal ini menjadi suatu ancaman karena ketika produk makanan dan minuman semakin banyak ditawarkan kepada konsumen,

maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi di dalam dunia bisnis *Franchise*. Sistem *franchise* yang digunakan menjadi salah satu tantangan bagi Calais Nu, sehingga banyak sekali persaingan bisnis franchise yang harus dihadapi oleh Calais Nu.

Calais Nu merupakan salah satu UMKM yang bergerak pada usaha minuman dan makanan dengan sistem *franchise*. Calais Nu adalah café boba pertama di Indonesia yang didirikan pada tahun 2010, dibawah naungan PT Samala Pariboga Cemerlang Tangerang. Calais Nu sudah tersebar di Jabodetabek, Medan, Pekanbaru, Banjarmasin, Lampung, Palembang, Papua, Belitung, dan Purbalingga. Berdasarkan data yang didapat dari Calais Nu ,tercatat bahwa pada data terakhir tahun 2023, laba bersih Calais Nu di berbagai cabang di Indonesia mencapai rata-rata 500.000/hari kecuali Calais Nu Purbalingga yang berada dibawah rata-rata laba bersih perhari yaitu 200.000/hari. Dilihat dari daya beli masyarakat di purbalingga, berdasarkan interview dengan masyarakat langsung untuk pengeluaran uang jajan masyarakat purbalingga rata rata di 600.000/bulan.

Calais Nu Purbalingga yang terletak di Jl. Komisaris Noto Sumarsono No.8B, Purbalingga Kidul, Kec. Purbalingga, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah merupakan cabang dari Calais Nu satu-satunya yang berada di Jawa Tengah dan yang mendapatkan omset paling rendah perhari nya dibandingkan cabang Calais Nu lainnya di Indonesia. Calais Nu Purbalingga didirikan pada tahun 2022 atas dasar permintaan terhadap minuman *franchise* seperti boba meningkat di Jawa Tengah sejak 2021 khusus nya di Kota Purbalingga (Kartika, 2019). Menu dari Calais Nu Purbalingga adalah *Calm Smoothies, Fresh Classic, Coffee Food* dan *Snack*. Rentang harga menu yang dijual mulai dari Rp. 8,000 - Rp. 21,000.

Secara umum faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha franchise yaitu adanya keunikan dari rasa yang ditawarkan dalam produk dengan kualitas tinggi, kesesuaian selera produk dengan konsumen, dapat dinikmati semua masyarakat dengan harga terjangkau yang mampu dibayar oleh kalangan masyarakat, strategisnya lokasi pemasaran, dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pemilik usaha kepada konsumen dinilai baik. Faktor-faktor tersebut menjadi bagian penting dalam meningkatkan kualitas dan keberhasilan usaha franchise karena dengan begitu dapat terpenuhinya kepuasan konsumen. Kepuasan dari konsumen sendiri bisa menyebabkan *impact* positif lain seperti meningkatnya penjualan produk sehingga usaha yang dimiliki dapat berkembang menjadi lebih maju. Mengacu kepada anggapan dan penjelasan tersebut, penting untuk memahami *trick marketing* dengan benar untuk meningkatkan persentase penjualan produk hingga mendapatkan keuntungan penghasilan. Berangkat dari hal tersebut, penulis mengajukan penelitian untuk menganalisis strategi pemasaran dengan judul “Mengapa Penjualan Calais Nu Cafe Purbalingga Tidak Memenuhi Target: Analisis Strategi Pemasaran”. Hasil analisis strategi pemasaran ini diharapkan mampu untuk mengetahui faktor penyebab tidak memenuhinya suatu target di Calais Nu Cafe Purbalingga dengan meninjau strategi pemasaran sehingga dapat menetapkan

strategi pemasaran yang tepat bagi Calais Nu Cafe Purbalingga supaya usahanya mampu bertahan serta bersaing dengan strategi pemasaran yang tepat guna menghadapi kemungkinan perubahan yang terjadi disekitar lokasi usahanya.

1.2 Persoalan Bisnis

Persoalan Penelitian ini adalah dalam sebuah cafe, pastinya memiliki target omset per bulannya, namun yang terjadi omset itu tidak memenuhi target dan dapat menghambat proses BEP, oleh karena itu perlu diketahui faktor penyebab sepinga pengunjung tersebut, supaya ada inovasi layanan dengan melakukan penjualan dengan promo.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari Penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan faktor penyebab kinerja penjualan pada Calais Nu Cafe terdiri dari situasi lokasi, promosi, ketersediaan produk, dan harga produk yang tidak tepat sasaran.
2. Untuk menjelaskan upaya management Calais Nu Cafe dalam meningkatkan penjualan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini bagi perusahaan yaitu adanya informasi perilaku konsumen café dan memberikan informasi kepada konsumen untuk mengambil keputusan membeli makanan dan minuman yang disediakan oleh cafe.