

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Aceh merupakan salah satu daerah penghasil kopi terbaik di Indonesia dan penghasil kopi arabika terbesar kedua di Indonesia ([Kementan], 2022). Keberadaan Aceh sebagai penghasil kopi terbaik di Indonesia menjadi peluang pasar bagi pelaku usaha yang bergerak dalam bisnis *coffee shop*. Tak heran saat ini banyak berdiri *coffee shop* di daerah Aceh, terutama Aceh Utara. *Coffee shop* tersebut hadir dengan konsep yang menarik dan memiliki ciri khas masing-masing dari segi desain interior dan eksterior serta varian produk makanan dan minuman. *Coffee shop* saat ini sudah mengalami perkembangan, tidak hanya menjual kopi, tetapi juga menawarkan makanan, minuman non-kopi dan suasana. Suasana yang dimaksud adalah suasana kenyamanan bagi pelanggan, karena *coffee shop* tidak hanya sekedar tempat untuk menikmati kopi, melainkan juga tempat untuk menyelesaikan tugas, berfoto, menikmati *live music*, bersantai dan bertemu rekan kerja atau keluarga. Perkembangan *coffee shop* ini merupakan salah satu implementasi dari berbagai permintaan pelanggan (Aryani *et al.*, 2022).

ASB *Coffee & Roastery* adalah salah satu *coffee shop* yang berlokasi di Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara. *Coffee shop* ini sudah berdiri sejak tahun 2014 dan masih tetap eksis hingga sekarang. *Coffee shop* ini menawarkan berbagai produk baik produk makanan maupun minuman dengan produk utamanya yaitu minuman olahan kopi arabika Gayo asli. ASB *Coffee & Roastery* yang sudah cukup lama berdiri memiliki pelanggan yang bervariasi. ASB *Coffee & Roastery* berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan serta memberikan pelayanan secara maksimal kepada pelanggan-pelanggan tersebut. Jumlah pelanggan yang terlalu banyak dan setiap pelanggan memiliki keinginan yang berbeda, preferensinya amat beragam, serta daya beli yang bervariasi, mengharuskan ASB *Coffee & Roastery* untuk mengkaji apakah hal-hal yang ditawarkan oleh ASB *Coffee & Roastery* selama ini sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggannya sehingga pelanggan merasakan kepuasan dengan kinerja ASB *Coffee & Roastery*.

Persaingan pasar saat ini juga semakin ketat dikarenakan banyak bermunculan *coffee shop* baru di daerah *ASB Coffee & Roastery* dengan berbagai konsep desain yang lebih menarik. Hal ini dapat memicu pelanggan untuk beralih ke *coffee shop* tersebut. *ASB Coffee & Roastery* perlu mengatur strategi untuk mempertahankan pelanggan demi keberlanjutan bisnisnya. *ASB Coffee & Roastery* tentu menginginkan para pelanggan yang pernah melakukan pembelian dapat melakukan pembelian kembali dan terjalin hubungan yang baik. Hubungan yang baik dengan pelanggan dapat mempengaruhi pencapaian target transaksi tiap layanan yang ditawarkan. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mempertahankan para pelanggan yaitu dengan memberikan pelayanan dan kepuasan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Oleh karena itu, *ASB Coffee & Roastery* terlebih dulu perlu melakukan identifikasi segmentasi pelanggan apakah dari sekian banyak segmen yang selama ini menjadi target pasar merupakan pelanggan potensial atau non-potensial terhadap perkembangan *ASB Coffee & Roastery*.

Segmentasi pelanggan diperlukan agar *ASB Coffee & Roastery* dapat melayani pelanggan secara maksimal sesuai keinginan dan kebutuhan, sehingga *ASB Coffee & Roastery* akan tetap menjadi tempat ngopi favorit bagi pelanggan tersebut. Berdasarkan segmentasi pelanggan yang sudah ada, nantinya *ASB Coffee & Roastery* dapat memutuskan segmen mana yang ingin dilayani dan mana yang harus diabaikan. *ASB Coffee & Roastery* lebih baik melayani dengan maksimal segmen pelanggan tertentu saja yang memberi pengaruh terhadap pengembangan *ASB Coffee & Roastery* daripada bersaing disemua segmen tetapi tidak membawa dampak yang baik untuk perkembangan *ASB Coffee & Roastery*. *ASB Coffee & Roastery* tentu akan menginginkan dan memilih satu atau beberapa diantaranya segmen yang paling menguntungkan dan berpengaruh terhadap pengembangan *ASB Coffee & Roastery* dimasa yang akan datang sehingga *ASB Coffee & Roastery* dapat bersaing dengan bisnis sejenis lainnya.

Berdasarkan dari uraian latar belakang yang telah dijelaskan, *ASB Coffee & Roastery* perlu mengambil keputusan yang tepat untuk menentukan segmentasi pelanggan potensial yang harus diprioritaskan. Pelanggan potensial memiliki peran penting untuk keberlanjutan *ASB Coffee & Roastery*. Oleh karena itu, untuk

membantu permasalahan ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengambilan Keputusan Dalam Menentukan Segmentasi Pelanggan Potensial Berdasarkan Perilaku Konsumen Pada *ASB Coffee & Roastery*”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu manakah segmentasi pelanggan yang potensial pada *ASB Coffee & Roastery* Tambon Baroh antara pelanggan usia remaja, dewasa dan usia lanjut?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan segmentasi pelanggan potensial pada *ASB Coffee & Roastery* Tambon Baroh.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi pemilik usaha, diharapkan mampu membantu dan mempermudah dalam pengambilan keputusan serta dapat melakukan pengembangan bisnis yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan sehingga bisnis yang dijalankan dapat bersaing dengan bisnis lain yang sejenis dan terus berkelanjutan.
2. Bagi peneliti, menambah wawasan dan pengetahuan mengenai penggunaan metode MOORA sebagai pendukung keputusan dalam mengambil sebuah keputusan terutama untuk menentukan segmentasi pelanggan sebuah bisnis.
3. Bagi pembaca, sebagai bahan referensi bagi pihak yang akan atau sedang melakukan penelitian dibidang yang sama mengenai keputusan dalam menentukan segmen pelanggan potensial suatu bisnis terutama pada bisnis *coffee shop*.