

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peranan sektor pertanian dalam pembangunan di Indonesia memiliki kontribusi yang sangat penting. Prioritas pembangunan di Indonesia pada bidang ekonomi dititikberatkan pada sektor pertanian. Pembangunan pertanian diarahkan untuk meningkatkan produksi guna memenuhi kebutuhan pangan, kebutuhan bahan baku industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja dan mendorong pemerataan kesempatan berusaha. Pertanian juga dipandang sebagai suatu sistem yang dinamakan agribisnis. Agribisnis adalah bisnis berbasis usaha pertanian atau bidang lain yang mendukungnya, baik di sektor hulu maupun di sektor hilir. Konsep agribisnis sebenarnya adalah suatu konsep yang utuh mulai dari proses produksi, mengolah hasil, pemasaran dan aktivitas lain yang berkaitan dengan kegiatan pertanian. Sebagai suatu sistem, agribisnis mengandung arti sebagai rangkaian kegiatan dengan beberapa subsistem yang saling mempengaruhi satu sama lain. Subsistem-subsistem tersebut yaitu subsistem faktor *input* pertanian, subsistem produksi pertanian, subsistem pengolahan hasil pertanian, subsistem pemasaran dan subsistem kelembagaan penunjang. Pengolahan hasil pertanian merupakan komponen kedua dalam kegiatan agribisnis setelah komponen produksi pertanian. Komponen pengolahan hasil pertanian menjadi penting karena dapat meningkatkan nilai tambah, sebab dengan pengolahan hasil yang baik maka nilai tambah barang pertanian menjadi meningkat karena barang tersebut mampu menerobos pasar dan kualitas barang tersebut juga meningkat. Komponen pengolahan hasil pertanian juga menjadi penting karena meningkatkan keterampilan dan pendapatan produsen (Soekartawi, 2003: 89).

Kopi merupakan salah satu komoditas pertanian yang menjadi komoditas sangat penting dan turut menghidupi masyarakat Indonesia. Pengelolaan dan pengolahan komoditas kopi telah membuka peluang bagi lima juta petani, disamping itu juga tercipta lapangan kerja bagi pedagang pengumpul hingga eksportir, buruh perkebunan dan buruh industri pengelolaan kopi. Indonesia termasuk ke dalam 10 negara penghasil kopi terbesar di dunia. Melihat *share* kopi

dunia, peringkat pertama *share* kopi dunia dipegang oleh negara Brazil dengan *share* sebesar 44%, kedua Vietnam dengan *share* sebesar 17%, ketiga Indonesia dengan *share* sebesar 9%, keempat Kolombia dengan *share* sebesar 7%, kelima Ethiopia dengan *share* sebesar 6%, kemudian diikuti oleh India dan Meksiko dengan *share* sebesar 4% (Ratnandari dan Tjikrowinoto dalam Adityo, 2014: 50).

Kopi merupakan salah satu minuman yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Tradisi minum kopi terutama di pagi hari sangat khas masyarakat dengan setiap harinya. Namun, saat ini tidak hanya di pagi hari disaat semua orang akan memulai harinya, melainkan juga disaat istirahat siang atau bersantai sore banyak orang memilih kopi untuk menjadi teman menghabiskan waktu. Tradisi minum kopi tidak hanya untuk melepas dahaga, tetapi juga untuk menemani aktivitas kehidupan masyarakat seperti rapat, pertemuan bisnis, reuni, kengan, dan berbagai aktivitas lainnya. Hal ini membuat tren minum kopi menjadi meningkat dan secara tidak disadari tradisi minum kopi telah menjadi bagian gaya hidup. Budaya minum kopi berkembang tidak hanya sebagai pemuas kebutuhan para pencinta kopi saja melainkan muncul sebagai trend atau gaya hidup tersendiri.

Saat ini kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup dan dianggap sebagai minuman berkelas (*classy drink*). Kondisi ini diperkuat dengan munculnya komunitas-komunitas penikmat kopi dan munculnya kafe kelas dunia yang mengkhususkan diri pada bisnis minuman kopi. Pada saat ini kafe khususnya yang berjenis *coffe shop*, merupakan sebuah pilihan usaha yang banyak dipilih oleh para pebisnis modern. *Coffe shop* tidak hanya sebagai suatu tempat untuk makan dan minum saja, kebanyakan masyarakat juga menjadikan tempat ini sebagai tempat untuk bersantai dan berkumpul.

Menurut Adityo (2014: 50) perkembangan konsumsi masyarakat terhadap kopi memberikan peluang bagi para investor lokal dan asing untuk menanamkan modalnya dalam industri kopi. Investasi dalam industri kopi tidak hanya terbatas pada produksi biji kopi dan pemanggangan biji kopi saja, akan tetapi semakin berkembang ke tahap penyajian kopi kepada konsumen. Pengembangan di dalam penyajian kopi menjadi hal yang menarik karena ada banyak hal yang harus diperhatikan, misalnya jenis dan keragaman produk, rasa dari produk yang

dihasilkan, tampilan dari produk, cara menyajikan produk, cara melayani konsumen, dan hal-hal yang dapat memanjakan para konsumen.

Tujuan bisnis adalah untuk menciptakan kondisi para konsumen yang puas. Kepuasan konsumen akan terjadi apabila apa yang dirasakan atau didapatkan oleh konsumen sesuai dengan harapan dan keinginannya. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dan terciptanya loyalitas konsumen, sehingga membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Nilai yang diberikan konsumen sangat kuat didasari oleh faktor kualitas produk (Purwanto, 2012: 58).

Menjadi organisasi yang fokus pada konsumen adalah pilihan strategis bagi suatu usaha agar mampu bertahan di tengah situasi lingkungan ekonomi yang memperlihatkan kecenderungan fluktuasi curam, perubahan demi perubahan, persaingan tinggi, dan semakin canggihnya kualitas hidup. Konsumen tentunya ingin mendapatkan produk untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan hidup mereka. Salah satu cara agar suatu usaha mampu bertahan adalah dengan menciptakan kepuasan konsumen melalui peningkatan kualitas produk (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006: 168).

Kualitas dari produk yang dijual memberikan dorongan khusus bagi para konsumen untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan sebuah usaha untuk memahami secara seksama harapan dan kebutuhan spesifik konsumen. Pada gilirannya, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen, di mana perusahaan memaksimumkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan. Selanjutnya, kepuasan konsumen berkontribusi pada terciptanya loyalitas konsumen (Tjiptono dan Chandra, 2007: 115).

Usaha seperti *coffee shop*, harus memperhatikan banyak hal selain dari kualitas minuman dan makanannya. Pengelola *coffee shop* juga harus memperhatikan atmosfir dalam toko. Kebutuhan konsumen semakin berkembang dan kompleks sehingga menuntut para pelaku usaha untuk mengembangkan hal-

hal selain produk utama seperti pengembangan dalam bidang layanan (*service*) kepada konsumen. Artinya, kualitas pelayanan yang diberikan juga merupakan hal yang penting untuk diperhatikan dalam usaha *coffee shop*. (Adityo, 2014: 51).

Peningkatan tren minum kopi di masyarakat dan berkembangnya teknik pengolahan dan pembuatan kopi menyebabkan perkembangan usaha berjenis *coffee shop* di berbagai daerah, termasuk di Kota Padang. Kemunculan para pesaing dengan berbagai inovasi yang dapat dijadikan pertimbangan oleh konsumen tentu menjadi ancaman dalam menjalankan usaha ini. Agar suatu *coffee shop* dapat bertahan dan berkembang, maka *coffee shop* tersebut harus dapat menciptakan kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Untuk menciptakan kepuasan konsumen terhadap produk, maka yang harus diperbaiki adalah kualitas dari produk itu sendiri.

B. Perumusan Masalah

Pertumbuhan usaha *coffee shop* di Kota Padang terus mengalami peningkatan tiap tahunnya. Karena tidak adanya data yang mumpuni untuk dapat dijadikan sebagai data penguat dalam memperlihatkan pertumbuhan *coffee shop* di Kota Padang, maka data penguat yang digunakan untuk menjelaskan hal tersebut diperoleh dari hasil wawancara dengan Bapak Ade Yonanda Irza, SE. M.Sc. selaku Kepala Divisi Pembinaan Usaha Pariwisata di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Padang. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, beliau mengatakan bahwa terjadinya peningkatan jumlah usaha berjenis *coffee shop* di Kota Padang. Selanjutnya beliau menerangkan bahwa usaha *Coffee shop* di Kota Padang mulai tumbuh pada tahun 2010. Dari tahun 2011 hingga tahun 2015, pertumbuhan usaha ini terus mengalami peningkatan. Beliau juga mengatakan bahwa di balik peningkatan pertumbuhan tersebut, terdapat juga *coffee shop* yang mengalami kegagalan dan tutup usaha.

Salah satu *coffee shop* di Kota Padang yaitu Rimbun Espresso & Brew Bar. Rimbun Espresso & Brew Bar menawarkan berbagai macam minuman, mulai dari minuman kopi dan juga teh. Kopi-kopi yang diolah oleh Rimbun ini adalah kopi lokal Sumatera Barat seperti kopi Solok, kopi Surian, kopi Salimpauang dan kopi Kerinci Sumbar. Jenis kopi tersebut adalah kopi *arabica*. Rimbun mengambil

bahan baku berupa biji kopi (*green bean*). Umumnya Rimbun Espresso & Brew Bar mengambil bahan baku kopi dari perkebunan kopi di kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok. Rimbun mendapatkan kopi solok melalui sebuah koperasi kopi yang terletak di daerah Aia Dingin Kecamatan Lembah Gumanti yaitu Koperasi Solok Rajo. Dengan kata lain, Rimbun merupakan salah satu tujuan pasar atau pemasaran bagi kopi-kopi di perkebunan di Kabupaten Solok. *Coffee shop* ini bertujuan agar dapat menarik minat masyarakat untuk memilih atau lebih menyukai kopi yang berasal dari daerah sendiri. Selain menonjolkan kopi yang berasal dari daerahnya sendiri, Rimbun juga berfokus pada pelayanannya. Pelayanan yang ramah, menyenangkan dan suasana toko yang nyaman menjadi ciri khas dari Rimbun.

Pertumbuhan usaha *coffee shop* di Kota Padang mengakibatkan tingginya tingkat persaingan. Persaingan tersebut memaksa Rimbun Espresso & Brew Bar untuk mempertahankan konsumennya dan terus berupaya untuk meningkatkan jumlahnya. Memahami kebutuhan dan meningkatkan kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang penting dilakukan agar konsumen tidak beralih kepada pesaing. Semakin baik kualitas produk yang diberikan, maka konsumen akan semakin percaya dan setia terhadap produk pilihannya. Dengan kata lain kualitas produk yang ditawarkan dapat mempengaruhi nilai kepuasan dan berdampak pada tingkat penjualan. Hal di atas menuntut Rimbun Espresso & Brew Bar untuk selalu memperhatikan dan meningkatkan kualitas produknya.

Secara umum produk terdiri atas barang dan jasa. Dalam usaha *coffee shop* barang yang ditawarkan yaitu minuman dan makanan ringan, sedangkan jasanya adalah berupa pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk Rimbun Espresso & Brew Bar, perlu dilakukan suatu penelitian. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan. Produk yang ditawarkan oleh Rimbun Espresso & Brew Bar tentu banyak, namun dalam penelitian akan difokuskan pada produk yang menjadi unggulan dari *coffee shop* tersebut, karena kepuasan konsumen mungkin akan berbeda antara satu produk dengan produk lainnya. Hasil penelitian ini nantinya dijadikan bahan masukan dalam evaluasi dan merumuskan strategi oleh Rimbun Espresso & Brew

Bar sehingga nantinya dapat memberikankan dampak positif terhadap penjualan dan menjaga keberlanjutan usaha. Jika usaha *coffee shop* ini dapat terus berlanjut, maka pasar dan proses pemasaran kopi-kopi lokal Sumatera Barat terutama kopi di perkebunan Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok juga akan terus berjalan dengan lancar.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Rimbun Espresso & Brew Bar Padang”** dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja produk yang ditawarkan oleh Rimbun Espresso & Brew Bar?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk (barang yang menjadi unggulan dan pelayanan) Rimbun Espresso & Brew Bar ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan produk yang ditawarkan oleh Rimbun Espresso & Brew Bar.
2. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk (barang yang menjadi unggulan dan juga pelayanan yang melekat pada produk) Rimbun Espresso & Brew Bar.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi:

1. Bidang Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dalam hal mempelajari dan meneliti perilaku konsumen khususnya pada bidang kepuasan. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai keterangan atau bahan acuan untuk melakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen selanjutnya.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan masukan atau sebagai bahan evaluasi dalam perumusan strategi, kegiatan atau kebijakan perusahaan yang memberikan dampak positif terhadap tingkat kepuasan konsumen, penjualan dan laba perusahaan.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dalam memahami perilaku dan kepuasan konsumen, dan juga penelitian ini dijadikan sebagai wadah untuk melatih kemampuan menganalisis dan pengaplikasian konsep ilmu yang diperoleh selama perkuliahan.

