

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki potensi besar dalam produksi komoditi yang bersumber dari kekayaan alam, termasuk sektor pertanian baik pangan maupun non pangan. Sebagai negara agraris, pertumbuhan ekonomi nasional Indonesia dipengaruhi oleh pertumbuhan sektor pertanian. Perkebunan merupakan salah satu subsektor pertanian yang memegang peranan penting dalam perekonomian nasional. Salah satu komoditas potensial hasil perkebunan yang berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia adalah kopi. Kopi menjadi komoditas yang potensial untuk dikembangkan karena terjadi peningkatan kebutuhan terhadap kopi baik di dalam maupun di luar negeri. Hal ini terlihat dari jumlah konsumsi kopi yang meningkat setiap tahunnya baik di dalam maupun luar negeri.

Berdasarkan catatan data Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI), konsumsi kopi dalam negeri berkisar antara 100 ribu hingga 125 ribu ton per tahun atau 27% dari produksi normal kopi nasional yang 450 ribu ton. Sementara itu, ekspor per tahun mencapai 265 ribu ton. Konsumsi kopi dimasyarakat Indonesia per tahun adalah sekitar 600 gram yang lebih tinggi dibandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia yang sekitar 200 juta jiwa. Dari data tersebut memperlihatkan bahwa dimasa sekarang, konsumsi kopi berkembang cukup pesat di Indonesia.

Tabel 1.1
Jumlah konsumsi kopi masyarakat Indonesia tahun 2010-2016

No	Tahun	Jumlah Penduduk (jiwa)	Kebutuhan Kopi (Kilogram)	Konsumsi Kopi (Kg/Kapita/Tahun)
1.	2010	23.000.000	190.000.000	0.80
2.	2011	241.000.000	210.000.000	0.87
3.	2012	245.000.000	230.000.000	0.94
4.	2013**	249.000.000	250.000.000	1.00
5.	2014**	253.000.000	260.000.000	1.03
6.	2015**	257.000.000	280.000.000	1.09
7.	2016**	260.000.000	300.000.000	1.15

Keterangan :

* Angka sementara

** Estimasi

Sumber : AEKI

Meningkatnya konsumsi kopi di Indonesia tidak terlepas dari budaya minum kopi yang berasal dari barat. Seiring perkembangan zaman, budaya atau kebiasaan mengkonsumsi kopi setiap harinya berubah menjadi gaya hidup tersendiri bagi sebagian orang (Maukar, 2013). Zaman dulu masyarakat biasa mengonsumsi kopi hanya pada pagi dan malam hari, tetapi budaya tersebut bergeser yang mengakibatkan masyarakat biasa minum kopi pada saat kapan saja. Hal ini lah yang mendorong menjamurnya bisnis *Coffee shop* di Indonesia.

Semakin menjamurnya gerai kopi di Indonesia memperlihatkan bisnis ini cukup menjanjikan. Meningkatnya permintaan kopi memberikan peluang bagi para pebisnis untuk menjadikan budaya minum kopi tersebut sebagai salah satu inovasi dalam hal berwirausaha, namun hal ini tentu berdampak terhadap pada persaingan bisnis yang makin ketat. Fenomena persaingan usaha saat ini menuntut masing masing *coffee shop*

untuk berusaha berada di barisan terdepan di benak konsumen pada saat konsumen membutuhkan. Persaingan ketat antara perusahaan membuat para pelaku bisnis terus melakukan inovasi baru dan berani tampil beda dari pesaingnya. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan pelanggan, mempertahankan pelanggan dan menciptakan loyalitas pelanggan.

Kota Padang memiliki beberapa *coffee shop* yang kini sudah berkembang. Berdasarkan data yang telah diambil dari Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (BPMPTSP) Kota Padang, diketahui bahwa sampai tahun 2016 terdapat 19 *coffee shop* yang telah memiliki izin resmi usaha. Selain yang telah terdaftar, masih banyak *coffee shop* yang belum mendapatkan izin resmi karena beberapa syarat yang belum terpenuhi.

Tabel 1.2
Jumlah *Coffee shop* di Kota Padang tahun 2014-2016

No.	Tahun	Jumlah <i>Coffee shop</i> (buah)
1.	2014	10
2.	2015	17
3.	2016	19

Sumber: BPMPTSP Kota Padang

Berikut ini daftar nama dari *coffee shop* yang telah terdaftar di Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (BPMPTSP) Kota Padang:

Tabel 1.3
Daftar Nama *Coffee Shop* di Kota Padang sampai tahun 2016

No.	Nama <i>Coffee Shop</i>	Alamat
1.	Lallito <i>Coffee and Tea</i>	Jl. WR. Mangonsidi no. 2A
2.	El's <i>Coffee</i>	Jl. Hayam Wuruk no. 29
3.	Pavillon <i>Coffee</i>	Jl. Hayam Wuruk no. 30A
4.	Kubik Koffie	Jl. Olo Ladang no. 12
5.	Coffee Toffee	Jl. Jend. Ahmad Yani no. 38
6.	Rimbun <i>Coffee & Brew Bar</i>	Jl. Kis Mangunsarkoro no. 10
7.	<i>Coffee Rest</i>	Jl. Kaliberantas no. 17
8.	Capitea	Jl. Nias III
9.	KiosK by Tee Shop	Jl. Tepi Pasang, no. 41 Simpang Kinol
10.	Sweettooth <i>Cake, Coffee & Bubble</i>	Jl. Veteran no. 74 F
11.	Premier <i>Coffee Bar</i>	Jl. Padang Pasir 7 no. 2
12.	Fenejo <i>Café & Coffee Shop</i>	Jl. S. Parman no. 252
13.	Excelso	Jl. Bundo Kandung
14.	Novels <i>Coffee Shop</i>	Jl. Aru no. 11
15.	Javapuccino	JL. Bandar Purus, No. 43
16.	Calais	Palza Andalas Lantai 2
17.	<i>Coffee Theory</i>	Jl. Tepi Pasang no 40
18.	Warung Kopi Hau	Jl. Tepi Pasang no. 32
19.	Mandy's	Jl. Hayam Wuruk no. 10C

Salah satu *coffee shop* yang menjadi favorit masyarakat Padang sekarang ini adalah Rimbun *Espresso Brew and Bar*. Rimbun *Espresso Brew and Bar*, berdiri pada tahun 2015 dan memiliki pelanggan yang berasal dari dalam kota maupun luar kota, memiliki pelanggan yang cukup beragam dari berbagai kalangan, mulai dari anak-

anak, pelajar, mahasiswa dan masih banyak lagi. Rimbun *Espresso Brew and Bar* merupakan *coffee shop* pertama yang menjadi pelopor untuk membangkitkan dan memperkenalkan kopi lokal Sumatera Barat (Sumbar). Hal ini terlihat dari jenis kopi yang disediakan di kedai kopi ini. Kopi yang ditawarkan Rimbun *Espresso Brew and Bar* seluruhnya berasal dari wilayah Sumbar. Salah satu bentuk perjuangan yang dilakukan oleh Rimbun *Espresso Brew and Bar* untuk kembali memperkenalkan kopi asli Sumbar ini adalah dengan membuka koperasi Solok Rajo yang diikuti sekitar 40 kelompok petani kopi.

Rimbun *Espresso Brew and Bar* sendiri memberikan julukan bagi konsumen mereka yang loyal dengan sebutan Perimbun. Perimbun merupakan suatu bentuk penghargaan yang diberikan Rimbun *Espresso Brew and Bar* agar pelanggan setianya merasa nyaman dan senang berkunjung ke Rimbun *Espresso Brew and Bar*. Tidak hanya sekedar tempat menikmati kopi, namun Rimbun *Espresso Brew and Bar* juga rutin mengadakan kegiatan sosial. Seperti pengenalan dan edukasi kopi kepada murid SD yang bekerja sama dengan Pustaka Daerah, melakukan *Boot Camp* di ladang kopi yang dibuka untuk umum, dan mendukung semua kegiatan komunitas, seperti komunitas fotografi, pemutaran film edukasi, kelas menulis serta sebagai distributor untuk penjualan cd musik indie, buku dan penjualan bahan-bahan kopi.

Disini peneliti ingin menganalisis strategi apa yang dilakukan oleh Rimbun *Espresso Brew and Bar* dalam meningkatkan dan mempertahankan konsumennya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti mengajukan usulan penelitian dengan judul “**Analisis *customer relation* kedai kopi Rimbun Espresso Brew and Bar dalam meningkatkan loyalitas pelanggan**”.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah dijelaskan maka penulis akan merumuskan permasalahan yang akan diambil dalam penelitian ini. Adapun rumusan masalah yang diambil adalah analisis *customer relation* kedai kopi Rimbun Espresso Brew and Bar dalam meningkatkan loyalitas pelanggan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah Mengetahui bagaimana upaya *customer relation* kedai kopi Rimbun Espresso Brew and Bar dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis diharapkan dapat menjadi sumber kajian penelitian selanjutnya pada bidang ilmu khususnya Ilmu Komunikasi khususnya dalam bidang *Public Relation*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis diharapkan dengan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengelola kedai kopi Rimbun Espresso Brew and Bar tersebut untuk bisa meningkatkan loyalitas pelanggan.