

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang dengan sektor pertanian sebagai sumber mata pencaharian dari mayoritas penduduknya, dengan demikian sebagian besar penduduknya menggantungkan hidupnya pada sektor pertanian. Kenyataan yang terjadi bahwa sebagian besar penggunaan lahan di wilayah Indonesia diperuntukkan sebagai lahan pertanian yang disesuaikan dengan keadaan dan perkembangan yang terjadi di lapangan dalam mengatasi berbagai persoalan yang menyangkut kesejahteraan bangsa (Dillon dkk, 2009).

Pada era reformasi pilihan terhadap kebijakan teknologi yaitu pengembangan teknologi terhadap bidang agribisnis. Usulan pemerintah Indonesia menjadikan agribisnis sebagai salah satu unggulan teknologi nasional sangat tepat. Keunggulan komparatif Indonesia (seperti sumber daya alam yang melimpah, tenaga kerja yang luas, serta pasar yang luas) sebaiknya dijadikan basis untuk mengembangkan teknologi mumpuni¹ dengan kondisi sosial budaya Indonesia. Agribisnis dapat juga diartikan sebagai kegiatan pertanian yang ditujukan untuk mendapatkan keuntungan usaha, tenaga kerja, rencana penggunaan tanah, biaya penggunaan tanah, sarana dan kebutuhan lain yang penting, dengan demikian agribisnis merupakan konsep yang utuh, mulai dari proses produksi, pengelolaan hasil, pemasaran dan aktivitas lain yang berkaitan dengan kegiatan pertanian. Sistem agribisnis mengandung pengertian sebagai rangkaian kegiatan beberapa subsistem yang saling mempengaruhi satu sama lain. Subsistem tersebut adalah subsistem faktor input pertanian, subsistem produksi pertanian, subsistem pengolahan hasil pertanian, subsistem pemasaran, baik untuk faktor produksi, hasil produksi maupun hasil olahannya, dan subsistem kelembagaan penunjang (Saragih, 2010).

Salah satu komoditas pertanian yang mudah diolah dan memiliki nilai jual yang tinggi jika dilakukan pengolahan adalah kopi. Kopi merupakan tanaman perkebunan yang sudah lama di budidayakan, selain sebagai sumber penghasilan

¹ Mumpuni adalah mampu melaksanakan tugas dengan baik; menguasai keahlian (kecakapan, keahlian) tinggi (KBBI).

rakyat, kopi menjadi komoditas andalan ekspor dan sumber pendapatan devisa negara. Meskipun demikian komoditas kopi sering kali mengalami fluktuasi harga sebagai akibat ketidakseimbangan antara permintaan dan persediaan komoditas kopi di pasar dunia. Ada empat jenis kelompok kopi yang dikenal yaitu kopi arabika, kopi robusta, kopi liberika, dan kopi ekselsa. Kelompok kopi yang dikenal yang memiliki nilai ekonomis dan diperdagangkan secara komersial yaitu kopi arabika dan kopi robusta sementara itu kelompok kopi liberika dan kopi ekselsa kurang ekonomis dan kurang komersial. Kopi merupakan komoditas ekspor karena sekitar 60 persen dari jumlah produksi kopi nasional di ekspor dan sisanya di konsumsi serta disimpan oleh pedagang dan eksportir sebagai cadangan apabila terjadi gagal panen (Rahardjo, 2012). Data ekspor dan impor kopi selama tahun 2006-2016 data dapat dilihat dalam Lampiran 1.

Kopi merupakan salah satu minuman yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia, tradisi minum kopi terutama di pagi dan sore hari sudah menjadi kegiatan wajib kebanyakan orang, namun saat ini tidak hanya di pagi hari di saat semua orang akan memulai harinya, tetapi juga di saat istirahat siang, bersantai sore bahkan sampai malam pun kebanyakan orang memilih kopi untuk menjadi teman menghabiskan waktu. Tradisi minum kopi tidak hanya untuk melepas dahaga, tetapi juga untuk menemani aktivitas kehidupan masyarakat seperti pertemuan bisnis, rapat, reuni dan berbagai aktivitas lainnya. Hal ini membuat trend minum kopi menjadi meningkat dan secara tidak disadari tradisi minum kopi telah menjadi bagian gaya hidup, sehingga budaya minum kopi berkembang tidak hanya sebagai pemuas kebutuhan para pecinta kopi saja melainkan muncul sebagai trend atau gaya hidup tersendiri (Ilhami, 2012).

Berdasarkan catatan data Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) pada tahun 2016 konsumsi kopi dalam negeri berkisar antara 100 ribu hingga 125 ribu ton pertahun atau 27 persen dari produksi normal kopi nasional yang 450 ribu ton. Sementara itu ekspor pertahun mencapai 265 ribu ton. Konsumsi kopi masyarakat Indonesia pertahun adalah sekitar 600 gram yang lebih tinggi dibandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia yang sekitar 200 juta jiwa. Data jumlah konsumsi kopi masyarakat Indonesia dari tahun 2010-2016 dapat dilihat dalam Lampiran 2.

Menurut Adityo (2014) 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, 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.

Peningkatan tren minum kopi di masyarakat dan berkembangnya teknik pengolahan dan pembuatan kopi menyebabkan perkembangan usaha berbasis *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 sebuah *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.

Usaha seperti *coffee shop*, harus memperhatikan banyak hal selain dari kualitas minuman dan makanannya. Pengelola *coffee shop* juga harus memperhatikan atmosfer 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).

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 (*mouth to mouth*) yang menguntungkan bagi

perusahaan. Nilai yang diberikan konsumen sangat kuat didasari oleh faktor kualitas produk (Purwanto, 2012).

Pavilon Coffee sebagai salah satu jenis *coffee shop* dipandang sebagai salah satu tempat yang mewakili gaya hidup serta kelas sosial sebagian dari masyarakat perkotaan juga memanfaatkan peluang dimana semakin meningkatnya kegemaran masyarakat terhadap minum kopi. Pavilon Coffe biasanya dimanfaatkan sebagai tempat berkumpul dan bersantai bersama teman, rekan dan keluarga di akhir pekan atau sekedar untuk melepas lelah atau penat dari rutinitas sehari-hari. Perilaku konsumen mendatangi *coffee shop* tersebut terjadi di Kota Padang dengan nama Pavilon Coffee. Adanya bisnis *coffee shop* modern seperti Pavilon Coffee, Lalito Coffee and Tea, Rimbun Espresso dan Brew Bar, dll, sangat disambut baik oleh konsumen karena memberikan suasana dan pengalaman baru bagi penikmat kopi, karna itu adanya pertumbuhan coffee shop di Kota Padang (Lampiran 3).

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 memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman konsumen ini yang kurang menyenangkan. Selanjutnya, kepuasan konsumen berkontribusi pada terciptanya loyalitas konsumen (Tjiptono dan Chandra, 2007).

Pavilon Coffee tersebut juga memberikan pilihan biji kopi bagi pecinta kopi yaitu ada kopi Solok Rajo, Surian, Bali, Aceh dan Papua. Sehingga konsumen bisa mencoba biji kopi daerah tersebut, dan dari *coffee shop* tersebut juga mampu mensejahterakan petani dari pembelian biji kopi tersebut. Salah satu faktor penting dalam kepuasan konsumen adalah harga, karena penetapan harga dapat mempengaruhi loyalitas konsumen dalam menggunakan produk.

B. Rumusan Masalah

Pertumbuhan usaha *coffee shop* di Kota Padang terus mengalami peningkatan tiap tahunnya. Karena tidak adanya data yang tepat untuk 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 Jet Peri, S.Sos, MM. selaku Kepala bidang pendataan dan perencanaan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, beliau telah mengatakan bahwa telah terjadi peningkatan jumlah usaha yang berjenis *coffee shop* di Kota Padang. Selanjutnya beliau menerangkan bahwa usaha *Coffee shop* di Kota Padang mulai tumbuh pada tahun 2011 hingga tahun 2016, dan 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 adalah Pavilon Coffee. Pavilon menawarkan berbagai macam minuman, mulai dari minuman kopi dan juga teh. Kopi-kopi yang diolah oleh *coffee shop* ini adalah kopi lokal dan beberapa kopi nusantara lainnya. Kopi lokal unggulan yang ditawarkan pada Pavilon Coffee adalah kopi Solok Rajo, hal ini dikarenakan biji kopi ini mempunyai rasa yang lebih khas, dan alasan dari pemilik karna ingin sekalian mensejahterakan petani. *Coffee shop* ini mengambil bahan baku berupa biji kopi (*green bean*). *Coffee shop* ini bertujuan agar dapat menarik minat masyarakat untuk memilih atau lebih menyukai kopi yang berasal dari daerah sendiri dan juga nusantara. Selain menonjolkan kopi yang berasal yang dari berbeda-beda, Pavilon Coffee ini juga berfokus pada pelayanannya. Pelayanan yang ramah, menyenangkan dan suasana toko yang nyaman menjadi ciri khas salah satu *coffee shop* ini.

Jeffry Wongso dan Emilia Chandra adalah dua orang yang menjadi pendiri dan roda bergeraknya *coffee shop*, usaha ini resmi dibuka pada tahun 2015. Pavilon Coffee merupakan salah satu usaha yang baru masuk ke dalam persaingan industri *coffee shop*. *Coffee shop* modern sudah banyak berdiri di Kota Padang, sehingga pesaing menjadi makin banyak. Selain itu juga terdapat banyak cafe yang menjual minuman kopi layaknya *coffee shop*, yang membedakan adalah

produk yang ditawarkan cafe tidak hanya kopi namun sangat beragam dari makanan dan minuman. *Coffee shop* ini merupakan suatu usaha yang dibentuk atas dasar hobi yang kemudian berkembang menjadi bisnis dan menyediakan minuman pelengkap. Pertumbuhan jumlah kedai kopi modern mengakibatkan konsumen semakin memiliki kebebasan untuk memilih kedai yang lebih terbaik, sehingga persaingan antara *coffee shop* semakin tinggi. Oleh karena itu, penting bagi PAVILON Coffee untuk menemukan cara agar *coffee shop* dapat bertahan dalam persaingan.

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, tetapi pada penelitian ini lebih fokus terhadap minuman coffee yang ada di *coffee shop* ini. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk minuman kopi di PAVILON Coffee, perlu dilakukan suatu penelitian. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk minuman kopi yang ditawarkan. Produk yang ditawarkan oleh PAVILON Coffee tentu lebih dari satu, namun dalam penelitian difokuskan pada produk yang menjadi unggulan dari *coffee shop* tersebut, karena kepuasan konsumen berbeda antara satu produk dengan produk lainnya. Pentingnya penelitian ini sebagai bahan masukan dalam evaluasi dan merumuskan strategi terhadap kualitas produk minuman kopi oleh PAVILON Coffee sehingga nantinya dapat memberikan dampak positif terhadap penjualan dan menjaga keberlanjutan usaha tersebut.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Faktor Produk Dan Faktor Harga Produk Minuman Kopi di PAVILON Coffee Padang**” dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana profil usaha *coffee shop* PAVILON Coffee?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap faktor produk dan faktor harga produk minuman kopi di PAVILON Coffee?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan profil usaha Pavilon Coffee.
2. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap faktor produk dan faktor harga produk minuman kopi di Pavilon Coffee.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi:

1. Bidang Akademis

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

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 Komoditi Kopi

Penelitian ini dapat dijadikan masukan atau sebagai bahan evaluasi dalam memilih biji kopi, sehingga nantinya komoditi kopi mendapatkan keuntungan dengan hasil yang lebih baik.

4. 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.