

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian adalah sektor yang sangat berpengaruh dalam perekonomian nasional, dimana pembangunan perekonomian nasional pada abad ke 21 masih berbasis pertanian secara luas. sejalan dengan itu, tahapan pembangunan ekonomi hingga aktivitas jasa dan usaha yang berbasis pertanian semakin berkembang seperti kegiatan agribisnis yang semakin menjadi aktivitas unggulan dalam pembangunan perekonomian diberbagai aspek yang luas (Saragih, 2010).

Subsektor pertanian yang mempunyai pengaruh terhadap pembangunan ekonomu salah satunya adalah perkebunan. Menurut Evizal (2014) perkebunan adalah usaha agroindustry mulai dari mengusahakan tanaman tertentu serta mengolahnya menjadi bahan baku industri, bahan setengah jadi, serta bahan jadi yang bias digunakan konsumen.

Kopi adalah salah satu komoditas perkebunan yang berperan penting dalam perekonomian nasional. Kontribusi kopi dalam perekonomian nasional dapat dilihat pada kinerja perdagangan dan peningkatan nilai tambah. Komoditas kopi sebagai produk ekspor yang dapat memberikan kontribusi berupa menciptakan lapangan kerja, penghasil devisa negara dan pendapatan negara, mendorong pertumbuhan agroindustri dan sektor agribisnis, sumber penghasilan petani serta pengembangan wilayah. “Ngopi sekarang bukan lagi sekedar untuk menghilangkan kantuk, tapi sebagai bagian dari gaya hidup. Dimana coffee shop atau kedai kopi menjadi tempat nongkrong yang amat diminati (Kasali, 2008).

Kopi merupakan salah satu minuman terkenal diseluruh dunia. Kebiasaan mengkonsumsi kopi berubah setiap hari seiring berjalannya waktu atau gaya hidup. Masyarakat dahulu minum kopi pada pagi dan malam hari, tetapi sekarang minum kopi dapat dilakukan kapan saja, masyarakat yang menyukai kopi tidak hanya orang dewasa tetapi juga remaja. Akibatnya, konsumsi kopi meningkat (Tanjwijaya dkk, 2018).

Konsumsi kopi di Indonesia pada tahun 2021 menurut *International Coffee Organization* sebesar 369.886 ribu ton, dengan kenaikan 4,52% dari tahun sebelumnya. Dimana pada tahun 2020 konsumen kopi sebesar 353.885 ribu ton yang naik sebesar 5,47%. Sehingga hal ini membuktikan bahwa konsumen kopi di Indonesia meningkat setiap tahunnya (Lampiran 1).

Meningkatnya konsumsi kopi di masyarakat mengharuskan petani untuk meningkatkan hasil produksi kopi agar permintaan pasar dapat tercukupi. Berdasarkan informasi dari Direktorat Jenderal Perkebunan 2022, produksi kopi di Indonesia mencapai 793.365 ribu ton pada tahun 2022 yang meningkat sekitar 2,33% dibanding tahun sebelumnya. Volume produksi kopi nasional juga terus meningkat setiap tahun sejak 2020, laporan statistik perkebunan unggulan nasional 2020-2022 dari Direktorat Jenderal Perkebunan menunjukkan peningkatan ini. Sumatera Utara berada pada posisi ketiga dengan hasil produksi sebesar 79.693 ribu ton. Sementara Sumatera Selatan menjadi provinsi penghasil kopi terbesar pada tahun 2022 dengan hasil produksi 206.986 ribu ton. Kemudian kedudukan kedua disusul Lampung dengan memproduksi sebesar 122.053 ribu ton, kemudian Aceh sebesar 76.386 ribu ton kopi (Lampiran 2).

Sumatera Utara merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang terkenal sebagai pusat produksi kopi. Terdapat 12 daerah di provinsi Sumatera Utara yang memiliki perkebunan kopi rakyat. Menurut Badan Pusat Statistik Sumatera Utara pada tahun 2021, kopi Arabika (*coffee Arabica*) dan Robusta (*Coffee Canephora*) adalah dua jenis kopi yang dibudidayakan. Produksi kopi tertinggi di Sumatera Utara yaitu Kabupaten Tapanuli Utara dengan total produksi 16.036 ton. Sedangkan produksi kopi tertinggi kedua menurut daerah di Sumatera Utara yaitu Kabupaten Simalungun dengan total produksi 11.235 ton. Sementara Kabupaten Padang Lawas tidak memproduksi kopi (Lampiran 3). Menurut Detik.com (2022) Varian produk kopi khas Sumatera Utara yang terkenal yaitu Kopi Sidikalang, Kopi Mandailing, Kopi Sipirok, Kopi Tarutung dan Kopi Lintong.

Produksi kopi yang dihasilkan di Sumatera Utara perlu dipasarkan secara merata agar seluruh masyarakat dapat menikmatinya. Salah satu usaha yang mengolah biji kopi menjadi minuman adalah kedai kopi. Kedai kopi adalah sebuah tempat yang menyajikan kopi sebagai menu utama. Tidak hanya kegiatan

mengonsumsi kopi yang menjadi tujuan konsumen ke kedai kopi, tetapi juga untuk menghilangkan stress, menikmati suasana baru, serta kegiatan bisnis (Astuti dan Hannan, 2011). Perpindahan cara mengonsumsi kopi yang terjadi saat ini di akibatkan generasi muda lebih menyukai minuman kopi yang praktis, minuman yang berbasis espresso maupun kopi *three in one* yang dikombinasikan dengan susu seperti *cappuccino*, *latte*, *macchiato* dan sebagainya. Sehingga dari cara menikmati kopi, minum kopi saat ini tidak hanya untuk menghilangkan kantuk tetapi lebih ke *life style*. Dari perpindahan cara mengonsumsi kopi, para pengusaha melihat hal ini sebagai peluang usaha untuk mendirikan kedai kopi.

Perkembangan kedai kopi khususnya di Kabupaten Padang Lawas sudah dikatakan cukup pesat. Hal ini dibuktikan dengan munculnya beberapa kedai kopi baru yang memiliki konsep maupun keunikan produk makanan dan minuman yang ditawarkan untuk konsumen. Disamping itu, banyak kalangan masyarakat yang lebih selektif dalam hal pemilihan kedai kopi hanya untuk menikmati secangkir minuman kopi dan menikmati makanan yang berkualitas.

Kemunculan kedai kopi membuat konsumen memiliki banyak pilihan terhadap kedai kopi yang ada, menyebabkan ketertarikan konsumen untuk memilih sebuah kedai kopi. Tidak hanya untuk menikmati minuman kopi dan makanan tetapi juga konsumen berharap kedai kopi yang ada dapat mewujudkan harapannya, misalnya kualitas pelayanan yang baik, cita rasa makanan dan minuman, harga serta suasana kedai kopi. Kava Sams *Coffee Tea & Eatery* hadir untuk mewujudkan harapan-harapan konsumen terkait produk kopi dan produk lainnya. Dimana Kava Sams *Coffee Tea & Eatery* membuat inovasi mulai dari varian rasa minuman, varian makanan, kemasan, harga, tempat, serta pelayanan bagi penikmat dan pecinta kopi di Kabupaten Padang Lawas. Sebelum hal tersebut dilaksanakan Kava Sams *Coffee Tea & Eatery* melakukan riset pasar terlebih dahulu. Sehingga dengan kehadiran Kava Sams *Coffee Tea & Eatery* penikmat atau pencinta kopi dan kuliner menjadi lebih puas dalam menikmati produk yang ditawarkan.

Secara umum kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika kinerja tidak memenuhi ekspektasi, konsumen tidak puas, jika

kinerja sesuai dengan ekspektasi konsumen akan puas, dan jika kinerja melebihi ekspektasi konsumen akan sangat puas atau senang. Merek yang telah dianggap positif oleh konsumen sering memiliki persepsi yang lebih positif tentang produk (Kotler dan Keller, 2008).

Perusahaan mengukur seberapa baik mereka dalam memperlakukan konsumen dengan mengenali faktor-faktor yang membentuk kepuasan. Konsumen yang puas biasanya bertahan untuk waktu yang lama (Kotler dan Keller, 2008). Konsumen cenderung menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, atau fitur inovatif terbaik (Kotler dan Keller, 2009). Kepuasan konsumen sangat berkaitan dengan kualitas produk, untuk mengetahui seberapa puas konsumen tidak hanya melihat kualitas produknya, tetapi juga kualitas pelayanannya karena pelayanan yang baik juga penting untuk keberhasilan perusahaan atau bisnis. Persepsi konsumen terhadap kinerja akan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang pada akhirnya akan berdampak pada kepuasan konsumen (Tjiptono, 2008).

Seorang konsumen merasa puas salah satunya yaitu dengan menghabiskan waktu mereka disuatu usaha berbasis minuman kopi. Menurut Herliyana (2012) kopi sekarang menjadi bagian dari gaya hidup terutama bagi mereka yang tinggal di kota besar, berkat munculnya kafe khusus kopi dan inovasi dalam pembuatan kopi menghasilkan semakin banyak pecandu kopi diseluruh dunia. Konsumen pergi ke kedai kopi bukan hanya karena mereka ingin minum kopi, tetapi mereka pergi kesana karena ada sentuhan emosi yang menyertai perjalanannya.

Seiring berkembangnya zaman dan meningkatnya penikmat kopi, muncul beberapa ide kreatif dalam menjalankan bisnis berbasis minuman kopi. Bisnis berbasis minuman kopi ini lebih dikenal dengan sebutan *coffee shop* atau kedai kopi. Kedai kopi adalah tempat yang menjual minuman kopi, minuman non kopi dan makanan yang disuguhkan kepada konsumen. Untuk menarik konsumen, beberapa kedai kopi menambahkan fitur seperti koneksi internet, TV, bacaan, desain interior yang menarik, pelayanan yang ramah dan sopan, music yang menenangkan, dan suasana yang nyaman.

Tren minum kopi di masyarakat semakin meningkat dan berkembang, mengakibatkan perkembangan usaha berjenis kedai kopi. Pertumbuhan bisnis kedai kopi di Kabupaten Padang Lawas terus meningkat setiap tahunnya salah

satunya di wilayah Jalan Kihajar Dewantara (Lampiran 4). Dari lampiran tersebut sejak tahun 2017 sampai tahun 2023 kedai kopi di Jalan Kihajar Dewantara yang masih beroperasi sebanyak 9 kedai kopi. Persaingan bisnis kedai kopi ini dapat dilihat dari kedai kopi yang berdiri tidak jauh dari kedai kopi lain, bahkan ada yang berseberangan. Kehadiran pesaing dengan berbagai inovasi menjadi perbandingan bagi konsumen tertentu, hal ini menjadi ancaman dalam menjalankan suatu usaha. Kedai kopi yang semakin banyak mengharuskan pemilik usaha untuk terus memodifikasi, membuat inovasi dan pembaruan dengan memberikan produk, pelayanan dan kualitas lokasi yang baik untuk konsumen agar konsumen merasa nyaman dan senang terhadap kinerja sebuah kedai kopi.

Industri kedai kopi di Kabupaten Padang Lawas yang berkembang sejalan dengan meningkatnya persaingan, sehingga dibutuhkan keunikan yang dapat membedakan antara kedai kopi yang satu dengan yang lain, supaya dapat bertahan dengan persaingan. Sehingga di perlukan analisis kepuasan konsumen untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen dan mengetahui bagaimana tanggapan konsumen pada produk yang ditawarkan. Kepuasan konsumen mendorong terbentuknya loyalitas, pembelian ulang, serta menjadi keunggulan tersendiri bagi suatu kedai kopi.

B. Rumusan Masalah

Provinsi Sumatera Utara memiliki 33 kabupaten dan kota yang salah satunya Kabupaten Padang Lawas. Di Kabupaten Padang Lawas kedai kopi mulai bermunculan sejak tahun 2017. Menurut data dari Dinas Koperasi UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Padang Lawas dan survei yang dilakukan, kedai kopi yang ada saat ini sebanyak 13 kedai kopi (Lampiran 5), salah satunya Kava Sams *Coffee Tea & Eatery*.

Kava Sams *Coffee Tea & Eatery* berdiri sejak tahun 2022 yang berlokasi di Jalan Kihajar Dewantara No. 78, Padang Luar, Kecamatan Barumon, Kabupaten Padang Lawas, Provinsi Sumatera Utara (Lampiran 6). Kedai kopi ini memiliki lokasi yang strategis karena lokasi kedai kopi ini berada di pusat keramaian. Pusat keramaian yang dimaksud yaitu berada di pusat kota, perkantoran, sekolah dan dekat dengan pusat perbelanjaan. Sehingga

memudahkan konsumen menemukan kedai kopi ini. Kedai kopi ini adalah salah satu tempat yang cocok untuk minum kopi yang menawarkan berbagai jenis olahan minuman kopi. Tidak hanya menawarkan produk, kedai kopi ini juga menyediakan tempat yang nyaman dan dengan desain tempat yang *Instagramable* yang di dominasi dengan warna hitam dan sedikit tambahan warna coklat yang berbeda dari pesaing.

Kava Sams *Coffee Tea & Eatery* termasuk kedai kopi yang masih berkembang. Berdasarkan survei pendahuluan ada dua kedai kopi pesaing yang berada di sekitar Kava Sams *Coffee Tea & Eatery* yang menandakan adanya persaingan di lokasi yang sama (Lampiran 7). Selain itu, Kava Sams *Coffee Tea & Eatery* memiliki konsumen yang beragam, sehingga diduga memiliki perilaku yang berbeda. Oleh sebab itu, Kava Sams *Coffee Tea & Eatery* harus memahami kebutuhan dan keinginan konsumen sekarang dan yang akan datang. Sehingga kedai kopi ini bisa meningkatkan kepuasan dan mempertahankan pelanggan. Dalam mempertahankan konsumen kedai kopi ini membuat varian minuman baru seperti *banana choco latte*, *ice shake kava latte*, *charcoal ice*, *mix fruit coffee moctail*, *milkshake*, *kavandan* dan lainnya. Kemudian adanya kemasan yang lebih praktis seperti dalam bentuk botol yang memudahkan konsumen menikmati minuman kopi dan non kopi dimana saja, serta ada varian makanan baru yang tidak ada dipesaing seperti *pizza*, *ayam saos padang*, *kava donnut*, *pancake* dan lainnya. Tidak hanya dari kualitas produk kedai kopi ini juga memodifikasi desain tempat yang berbeda dari pesaing, dimana kedai kopi ini menyediakan tempat *outdoor* dan *indoor* yang dilengkapi dengan AC dan perpustakaan mini.

Adanya kedai kopi lain yang tidak jauh dari lokasi usaha menjadi ancaman bagi Kava Sams *Coffee Tea & Eatery* dalam mempertahankan konsumen dan eksistensinya. Kebutuhan dan keinginan konsumen harus bisa dipahami oleh pengelola Kava Sams *Coffee Tea & Eatery* baik itu makanan dan minuman, harga, maupun pelayanan yang diberikan. Selain itu, atribut pendukung lainnya sangat dibutuhkan agar konsumen merasa puas dengan kedai kopi ini, seperti cita rasa yang khas, suasana tempat dan fasilitas lain yang diharapkan konsumen.

Kava Sams *Coffee Tea & Eatery* memiliki jumlah konsumen yang tidak tetap setiap bulannya yang mengakibatkan pendapatan tidak stabil. Hal ini

disebabkan konsumen yang berkunjung tidak tetap setiap harinya, dimana konsumen yang datang berkunjung minimal 30 orang per hari saat *weekday* dan *weekend*. Sehingga penjualan produk Kava Sams *Coffee Tea & Eatery* dirasa masih fluktuatif yang cenderung menurun yang disebabkan jumlah konsumen yang tidak tetap. Akibat dari penjualan yang menurun pendapatan pada bulan Agustus sampai November mengalami penurunan, dimana penurunan pendapatan dari bulan Agustus sampai September sebesar 10,26% , sedangkan dari September sampai Oktober mengalami penurunan sebesar 5,71%, dan pada bulan Oktober sampai November mengalami peningkatan sebesar 16,22%. (Lampiran 8). Sehingga untuk mempertahankan konsumen maka perlu dilakukan penelitian tentang kepuasan konsumen. Mengukur kepuasan konsumen ini sangat membantu Kava Sams *Coffee Tea & Eatery* dalam mengevaluasi posisinya dibandingkan dengan pesaing dan konsumen atau pengguna akhir. Kedai kopi ini belum pernah melakukan riset tentang kepuasan konsumen agar dapat bertahan dengan persaingan. Sehingga perlu dilakukan penelitian yang berjudul “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Kava Sams *Coffee Tea Dan Eatery* di Kabupaten Padang Lawas Provinsi Sumatera Utara”.

Dengan mempertimbangkan latar belakang dan rumusan masalah di atas. Penulis melakukan penelitian dengan rumusan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik konsumen Kava Sams *Coffee Tea & Eatery* di Kabupaten Padang Lawas Provinsi Sumatera Utara ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen Kava Sams *Coffee Tea & Eatery* di Kabupaten Padang Lawas Provinsi Sumatera Utara ?

C. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan karakteristik konsumen Kava Sams *Coffee Tea & Eatery* di Kabupaten Padang Lawas Provinsi Sumatera Utara
2. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen Kava Sams *Coffee Tea & Eatery* di Kabupaten Padang Lawas Provinsi Sumatera Utara

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan manfaat dan masukan kepada :

1. Peneliti dapat memperluas pengetahuan dan menerapkan apa yang dipelajari selama kuliah dan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan kuliah.
2. Perusahaan dapat menggunakan temuan ini sebagai bahan masukan atau bahan evaluasi dalam merancang strategi untuk memenuhi kebutuhan konsumen kedai kopi yang ada di Kabupaten Padang Lawas.
- A. Diharapkan bidang akademik dapat meningkatkan pengetahuan tentang meneliti dan mempelajari perilaku konsumen, terutama tentang kepuasan konsumen. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai dasar untuk penelitian lanjutan tentang kepuasan konsumen.

