

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang artinya sektor pertanian memiliki peranan penting dari keseluruhan perekonomian Indonesia. Hal ini dikarenakan sektor pertanian berkontribusi cukup besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional yang dapat dilihat berdasarkan data Produk Domestik Bruto (PDB) yaitu sebesar 12,40% pada tahun 2022. Kontribusi sektor pertanian terhadap PDB ini berada di urutan ketiga setelah sektor Industri Pengolahan sebesar 18,34% dan sektor Perdagangan Besar dan Eceran yaitu Reparasi Mobil dan Sepeda Motor sebesar 12,85%. Salah satu sub sektor pertanian yang memiliki kontribusi yang cukup tinggi terhadap PDB Indonesia pada tahun 2022 yaitu sub sektor perkebunan sebesar 3,76% (Badan Pusat Statistik, 2022).

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi diantara tanaman perkebunan lainnya dan berperan penting sebagai sumber devisa negara. Berdasarkan data dari *International Coffee Organization* (ICO) tahun 2021, Indonesia merupakan salah satu penghasil kopi terbesar keempat di dunia setelah Brazil, Vietnam, Kolombia pada tahun 2020. Brazil menjadi negara penghasil kopi di posisi pertama dengan total produksi kopi sebesar 4,14 juta ton, diikuti Vietnam dengan total produksi kopi sebesar 1,74 ton, kemudian Kolombia dengan total produksi kopi sebesar 0,85 ton, dan Indonesia dengan total produksi kopi sebesar 0,73 ton (Lampiran 1).

Perkembangan produksi kopi di Indonesia mengalami kenaikan dari tahun 2017-2020 sekitar 4,4%. Pada tahun 2017 produksi kopi mencapai 651.120 ton dan pada tahun 2020 produksi kopi sebesar 726.000 ton (Lampiran 2). Pertumbuhan produksi kopi di Indonesia seiring dengan kenaikan jumlah konsumsi kopi di Indonesia. Berdasarkan data dari ICO (*International Coffee Organization*) dalam *World Coffee Consumption*, konsumsi kopi di Indonesia menjadi yang terbesar urutan kelima di dunia atau berada dibawah Jepang yang konsumsi kopinya mencapai 443.400 ton (Lampiran 3). Konsumsi kopi di Indonesia mengalami kenaikan setiap tahunnya dengan rata-rata pertumbuhan konsumsi kopi di Indonesia

dari tahun 2017 hingga 2020 adalah sebesar 1,7 persen pertahunnya dengan konsumsi tertinggi terjadi pada tahun 2020 yaitu sebesar 300 ribu ton (Lampiran 4).

Kenaikan konsumsi kopi di Indonesia menyebabkan tumbuhnya bisnis-bisnis kopi lokal Indonesia. Salah satu organisasi yang mengolah biji kopi menjadi suatu minuman yaitu kedai-kedai kopi yang berkembang menjadi *coffee shop* modern. Kedai kopi atau *coffee shop* di Indonesia telah mengubah cara masyarakat Indonesia dalam minum kopi dari sekadar rutinitas harian dalam rumah tangga dan menjamu tamu, menjadi bisnis modern yang tumbuh marak. Meminum kopi menjadi gaya hidup bagi orang dewasa maupun anak muda, baik pria maupun wanita dalam aktivitas hariannya (Sudarto, 2017:17). Terdapatnya pergantian pola mengonsumsi serta meningkatnya permintaan kopi dilihat sebagai peluang oleh para pengusaha untuk mendirikan kedai kopi atau *coffee shop*.

Berdasarkan hasil Studi Industri & Perilaku Konsumen Kopi Indonesia Tahun 2020 yang dilakukan oleh PT Talenta Data Indonesia, tercatat jumlah gerai kedai kopi atau *coffee shop* di Indonesia pada tahun 2019 mencapai 12.508 gerai. DKI Jakarta menjadi provinsi urutan pertama dengan jumlah *Coffee Shop* terbanyak dengan 3.645 gerai, kemudian diikuti Jawa Barat dengan 2.897 gerai, dan Jawa Timur sebanyak 1.735 gerai. Sedangkan Sumatera Barat berada di urutan kesepuluh dengan jumlah *Coffee Shop* sebanyak 120 gerai (Lampiran 5).

Mulai berkembangnya industri *coffee shop* sejalan dengan peningkatan persaingan sehingga dibutuhkan keunikan yang dapat membedakan antara *coffee shop* satu dengan yang lain. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh *coffee shop* yaitu memberikan kepuasan kepada konsumen dengan meningkatkan kinerjanya agar sesuai dengan harapan konsumen sehingga *coffee shop* mampu bertahan dalam persaingan.

Menurut pakar pemasaran Kotler dan Keller (2009), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan konsumen berhubungan dengan mutu dari produk yang ditawarkan kepada konsumen. Konsumen yang sangat puas biasanya akan tetap setia untuk waktu yang lebih lama (Sarendaren, 2015:3).

Kepuasan konsumen harus diperhatikan, karena jika konsumen merasa tidak puas mereka akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing yang akan menurunkan penjualan. Oleh karena itu, pemimpin perusahaan harus melakukan pengukuran tingkat kepuasan konsumen agar mengetahui atribut apa yang membuat konsumen tidak puas terhadap suatu produk. Perusahaan harus memperhatikan tanggapan konsumen terhadap produk yang dihasilkan dan tidak hanya terfokus pada bidang pemasaran (Supranto, 2011:2).

Penelitian kepuasan konsumen penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana ekspektasi konsumen dapat dipenuhi oleh perusahaan dan bagaimana tanggapannya akan produk yang mereka konsumsi. Selain itu penelitian kepuasan konsumen ini dapat membantu perusahaan untuk memahami konsumen sehingga dapat menentukan keputusan yang lebih tepat.

## **B. Rumusan Masalah**

Saat ini persaingan bisnis minuman semakin ketat di Indonesia, salah satunya yaitu bisnis minuman kopi. Konsumsi minuman berbahan dasar kopi telah menjadi salah satu kebutuhan ataupun gaya hidup masyarakat terutama kalangan muda. Pergantian pola konsumsi serta meningkatnya permintaan kopi dilihat sebagai peluang oleh para pengusaha untuk mendirikan kedai kopi atau *coffee shop* sehingga terjadi perkembangan jumlah *coffee shop* di berbagai daerah di Indonesia, salah satunya yaitu di Kota Batusangkar.

Perkembangan *coffee shop* di Kota Batusangkar dapat dilihat dari bertambahnya jumlah gerai *coffee shop*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Hidayat (2021), pada awalnya terdapat 4 *coffee shop* di Kota Batusangkar di tahun 2020, namun karena penurunan penjualan akibat pandemi menyebabkan 2 dari *coffee shop* tersebut ditutup. Dan berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan peneliti, pada tahun 2022 terdapat peningkatan jumlah *coffee shop* di Kota Batusangkar menjadi 15 *coffee shop*. Informasi mengenai daftar nama dan jumlah *coffee shop* di Kota Batusangkar dapat dilihat dalam Lampiran 6.

Salah satu *coffee shop* yang dihadapkan dengan persaingan bisnis di Kota Batusangkar yaitu *Coffee Shop Kelokopi*. *Coffee shop* Kelokopi terletak di Jalan Imam Bojol Piliang No.41, Lima Kaum yang didirikan pada tanggal 16 Maret 2019. Kelokopi merupakan *coffee shop* yang sudah berdiri sekitar 5 tahun dan memiliki

*design* yang unik. *Coffee shop* ini memiliki konsep *lay out coffee shop* terbuka yang memiliki konsep rumahan dengan nuansa perpaduan alam dan juga desain modern yang menjadi ciri khas sejak awal didirikan. Hal ini membuat *coffee shop* Kelokopi menyajikan atmosfer yang berbeda dari usaha pesaing. Kelokopi sangat cocok dijadikan tempat untuk berdiskusi dan bersuka ria sembari minum berbagai olahan kopi seperti *Espresso*, *Long Black*, *Americano*, *Alfogato*, *Mocaccinno*. Pemilik usaha menjelaskan bahwa seluruh menu kopi yang dijual disajikan dengan cita rasa yang konsisten.

Lokasi *coffee shop* Kelokopi dinilai cukup strategis karena terletak dipinggir jalan raya dan dekat dengan Terminal Dobok sehingga berada di keramaian. Lokasi yang strategis tentu menjadi keuntungan bagi *coffee shop* Kelokopi, karena secara teori pemilihan lokasi yang tepat sangat mempengaruhi keberhasilan usaha di masa depan. Namun, *coffee shop* Kelokopi mengalami permasalahan yaitu omset yang berfluktuasi dan persaingan *coffee shop* yang semakin ketat. Berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan peneliti, Kelokopi memiliki omset yang berfluktuasi dari bulan Januari 2021 – Desember 2021 dengan rata-rata persentase peningkatan sebesar 1,35% perbulan. Peningkatan persentase omset tertinggi terjadi pada bulan Mei 2021 sebesar +51,3% yang berdasarkan informasi dari pemilik usaha disebabkan karena pada bulan tersebut bertepatan dengan bulan Ramadhan dan Idul Fitri, sehingga terjadi kenaikan jumlah pengunjung. Namun, Kelokopi juga mengalami penurunan persentase omset secara berturut-turut selama 3 bulan yaitu pada bulan Juni sampai Agustus 2021 dan penurunan omset terendah sebesar -35,64% pada bulan Agustus 2021 (Lampiran 8). Penurunan omset terjadi karena menurunnya jumlah konsumen yang melakukan pembelian di *coffee shop* Kelokopi karena pemberlakuan peraturan PPKM akibat kenaikan kasus *covid*.

Selain adanya permasalahan penurunan omset, *coffee shop* Kelokopi juga harus bersaing dengan *coffee shop* lain untuk mempertahankan usahanya. Salah satu pesaing tersebut yaitu Hai Coffee yang juga didirikan pada tahun 2019. Hai Coffee merupakan *coffee shop* yang jaraknya tidak terlalu jauh dari *coffee shop* Kelokopi. Hai Coffee memiliki fasilitas yang cukup lengkap dan beberapa menu yang disajikan pun memiliki persamaan dengan menu yang disajikan Kelokopi. Hal ini

lah yang menjadikan Hai Coffee sebagai kompetitor yang kuat sehingga Kelokopi harus mampu bersaing untuk mempertahankan eksistensinya.

Penurunan omset serta tingginya persaingan dalam usaha *coffee shop* di Kota Batusangkar, membuat *coffee shop* Kelokopi selalu berusaha melakukan inovasi-inovasi serta terobosan baru untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Salah satunya dengan mengadakan berbagai event seperti kelokustik, bedah buku, *talkshow*, nonton bersama, dan juga event-event lainnya. Dengan di adakannya event-event tersebut, diharapkan *coffee shop* ini dapat mempertahankan konsumen lama dan menarik konsumen baru sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis *coffee shop*.

Perkembangan usaha *coffee shop* menyebabkan persaingan bisnis *coffee shop* semakin kuat, karena konsumen memiliki pilihan bermacam-macam untuk memenuhi ketersediaan dan pelayanan dari *coffee shop*. Munculnya *coffee shop* baru yang beragam dan tidak kalah menarik untuk dikunjungi membuat *coffee shop* Kelokopi harus menerapkan strategi yang tepat untuk mempertahankan konsumen lama dan menarik konsumen baru sebanyak-banyaknya. Untuk itu diperlukan identifikasi mengenai karakteristik konsumen yang berbeda-beda dan diperlukan pengukuran mengenai kepuasan konsumen agar *coffee shop* Kelokopi dapat mengevaluasi posisi perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya. Penelitian ini dapat membantu *coffee shop* Kelokopi untuk mengetahui aspek atau indikator apa saja yang harus ditingkatkan, diperbaiki dan dipertahankan sehingga perusahaan mendapatkan informasi sejauh mana konsumen merasa puas terhadap *coffee shop* Kelokopi. Dengan adanya penelitian analisis kepuasan konsumen ini, *coffee shop* Kelokopi akan semakin mudah untuk memenuhi keinginan konsumen sehingga konsumen tidak mudah beralih ke pesaing serta dapat meningkatkan kinerja penjualan. Terlebih lagi pada masa kini, konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga dan juga cita rasa tetapi juga kualitas pelayanan, fasilitas yang disediakan, serta suasana yang ditawarkan.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka peneliti merasa perlunya untuk dilakukan penelitian dengan judul “**Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Coffee Shop Kelokopi Di Kota**

**Batusangkar**“ dengan beberapa permasalahan akan dikaji dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana karakteristik konsumen *coffee shop* Kelokopi di Kota Batusangkar?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen pada *coffee shop* Kelokopi di Kota Batusangkar?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini antara lain:

1. Mendeskripsikan karakteristik konsumen *coffee Shop* Kelokopi di Kota Batusangkar.
2. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen pada *coffee shop* Kelokopi di Kota Batusangkar.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi beberapa pihak, diantaranya:

1. Bagi perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan dan menjadi bahan evaluasi dalam merumuskan strategi perusahaan, memberikan informasi mengenai karakteristik konsumen dan tingkat kepuasan konsumen yang akan bermanfaat untuk meningkatkan laba serta pengembangan usaha *coffee shop* Kelokopi di Kota Batusangkar.
2. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dalam hal mempelajari dan meneliti perilaku konsumen khususnya pada bidang kepuasan konsumen. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber referensi atau bahan rujukan dalam melakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen lebih lanjut.
3. Bagi penulis, penelitian ini dapat berguna untuk menambah wawasan dan pemahaman serta sebagai sarana penerapan teori-teori yang telah dipelajari selama masa perkuliahan agar bermanfaat bagi masyarakat.