

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor utama dalam perekonomian bangsa Indonesia. Hampir semua sektor yang ada di Indonesia tidak terlepas dari sektor pertanian. Potensi alam yang dimiliki Indonesia menjadikan negara Indonesia sebagai negara subur dengan memiliki flora dan fauna yang beranekaragam sehingga dapat tumbuh dan berkembang di seluruh penjuru Indonesia. Sebagai negara agraris, sebagian besar penduduk Indonesia, menjadikan sektor pertanian sebagai sumber penghidupan (Sudaryanto & Syaf'at, 2022).

Pada UU No. 18 tahun 2004 tentang perkebunan, perkebunan adalah segala kegiatan yang mengusahakan tanaman tertentu pada tanah dan atau media tumbuh lainnya dalam ekosistem yang sesuai, mengolah dan memasarkan barang dan jasa hasil tanaman tersebut, dengan bantuan ilmu pengetahuan dan teknologi, permodalan serta manajemen untuk mewujudkan kesejahteraan bagi pelaku usaha perkebunan dan masyarakat.

Pembangunan pertanian subsektor perkebunan memiliki arti penting, terutama di negara berkembang yang selalu berupaya untuk memanfaatkan sumber daya alam secara lestari dan berkelanjutan. Selain itu, subsektor perkebunan mempunyai peranan penting dalam pembangunan nasional, terutama dalam meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat, penerimaan devisa negara, penyediaan lapangan kerja, perolehan nilai tambah dan daya saing, pemenuhan kebutuhan konsumsi dalam negeri, bahan baku industri dalam negeri, serta optimalisasi pengelolaan sumber daya alam secara berkelanjutan (Tim Penebar Swadaya, 2008).

Kopi merupakan salah satu hasil komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi di antara tanaman perkebunan lainnya dan berperan penting sebagai sumber devisa negara (Rahardjo, 2012). Bidang usaha kopi merupakan sumber penghidupan masyarakat diberbagai daerah dan menjadi salah satu sumber pendapatan devisa bagi negara. Perlu kiranya diadakan pengkajian mendalam mengenai prospek perkopian dunia dan peluang-peluang nyata bagi

perkopian Indonesia untuk memenuhi kebutuhan pasar agar dapat meningkatkan perekonomian nasional maupun memperbaiki pendapatan masyarakat, terutama masyarakat petani-petani kopi (Panggabean, 2011).

Bagi daerah Sumatera Barat, kopi merupakan salah satu komoditi perkebunan rakyat yang memiliki arti penting. Hal ini dapat dilihat dari produksi kopi pada tahun 2019 sampai 2022 yang terjadi peningkatan produksi yang cukup signifikan. Komoditi kopi mengalami peningkatan dari 17295,1 ton menjadi 21.910,68 ton pada tahun 2022 (Lampiran 1).

Menurut data statistik perkebunan Indonesia 2022 – 2024, produksi kopi di Indonesia telah mencapai 775.950 ribu ton di tahun 2024, dimana pada sektor perkebunan rakyat menghasilkan 771.969 ton kopi dalam setahun, dari perkebunan pemerintah menghasilkan 2.891 ton pertahun, dan dari perkebunan swasta menghasilkan 1.090 ton kopi per tahun. Dari total produksi kopi Indonesia, 558.148 ton yang dihasilkan adalah kopi Robusta dan 213.821 ton dari kopi Arabika (Statistik Perkebunan Indonesia 2022 – 2024, Kopi).

Budaya minum kopi saat ini merupakan suatu trend baru yang muncul diberbagai kalangan masyarakat. Meningkatnya permintaan akan kopi, memancing munculnya berbagai *brand*, *cafe* dan *coffee shop* di kota-kota besar. Meskipun banyak *brand* yang bemunculan namun pasar yang dituju berbeda-beda. Dalam hal ini budaya konsumsi kopi ini biasanya dilakukan masyarakat di *Coffee Shop* di kota-kota besar, dan di kedai atau warung kopi pada masyarakat desa ataupun kota-kota kecil (Kurniawan, 2017).

Bidang usaha kopi merupakan sumber penghidupan masyarakat diberbagai daerah dan menjadi salah satu sumber pendapatan devisa bagi negara. (Panggabean, 2011). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021). Adanya UMKM terbukti tidak terpengaruh oleh krisis yang dialami suatu negara, seperti dalam krisis ekonomi Indonesia di tahun 1997-1998. Pada saat itu, hanya UMKM yang mampu bertahan sementara banyak perusahaan besar mengalami kebangkrutan (Piarna & Fathurohman, 2019). Oleh karena itu, salah satu cara untuk memperkuat dan meningkatkan perekonomian Indonesia adalah dengan memberdayakan UMKM,

terutama melalui penciptaan lapangan kerja dan pengurangan angka kemiskinan (Fadhillah, 2019).

Kopi keliling adalah bisnis kopi yang menjual ragam menu kopi, umumnya mangkal di pusat keramaian. Kopi keliling ramai diminati masyarakat penggemar kopi karena harganya yang terjangkau. Kopi keliling merupakan salah satu bentuk usaha mikro yang berkembang di berbagai tempat. Dengan mobilitas yang tinggi, waktu yang terbatas, dan kebutuhan akan minuman praktis yang dapat dikonsumsi dengan cepat, kopi keliling menawarkan solusi yang menarik bagi konsumen. Selain itu, harga yang lebih terjangkau dibandingkan kopi di kedai atau kafe menjadikan kopi keliling lebih diminati oleh konsumen dengan anggaran terbatas. (Septiani, 2024).

Konsumen/pelanggan merupakan target pasar utama dalam setiap usaha, karena tanpa adanya konsumen maka suatu usaha tidak akan dapat berkembang dan mencapai laba secara maksimal. Kepuasan pelanggan sangat penting bagi sebuah bisnis, karena dapat menciptakan komitmen dan loyalitas terhadap suatu produk. Konsumen akan membeli berulang-ulang, karena setelah terciptanya kepercayaan dan pelayanan yang baik. Menurut Tjiptono (2012), kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

Kepuasan konsumen adalah tingkat keadaan yang dirasakan seseorang yang merupakan hasil dari membandingkan penampilan atau *outcome* produk yang dirasakan dalam hubungannya dengan harapan seseorang. Konsumen tidak akan berhenti hanya sampai proses penerimaan pelayanan. Konsumen akan mengevaluasi pelayanan yang diterimanya tersebut. Hasil dari proses evaluasi itu akan menghasilkan perasaan puas atau tidak puas. Kepuasan pelanggan juga merupakan ukuran untuk mengetahui mutu jasa yang ditawarkan dan dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan. Hal tersebut berarti jika kepuasan konsumen tercapai berarti pula mutu pelayanan dapat memenuhi harapan konsumen sehingga menyebabkan konsumen melakukan pembelian ulang dan meningkatkan jumlah penjualan (Tjiptono, 2001).

B. Rumusan Masalah

Kopi keliling adalah model bisnis yang berbasis pada mobilitas, di mana penjual kopi menggunakan kendaraan seperti sepeda, motor, atau mobil untuk membawa peralatan pembuatan kopi dan bahan bakunya guna dijual di berbagai lokasi dengan tingkat keramaian yang tinggi, seperti kawasan perkantoran, pasar, dan tempat umum lainnya. Konsep ini memberikan keuntungan dalam hal fleksibilitas lokasi, memungkinkan penjual kopi untuk menjangkau lebih banyak konsumen tanpa terikat pada biaya operasional yang tinggi, seperti yang biasa terjadi pada kedai kopi tetap. Kopi keliling menggambarkan tren yang berkembang dalam industri kuliner, di mana usaha kecil dan menengah mengoptimalkan mobilitas dan efisiensi biaya dalam beroperasi (Wibowo, 2020).

Kopi secara keliling di Indonesia dapat dianggap mulai berkembang dengan pesat pada tahun 2010-an, metode penjualan kopi dengan cara ini sebenarnya telah ada sejak lama, terutama dalam bentuk warung kopi di tepi jalan. Konsep kopi keliling ini pada dasarnya merupakan perkembangan dari tradisi warung kopi yang lebih adaptif dan dapat berpindah tempat sesuai permintaan pasar serta lokasi yang lebih menguntungkan (Sari E, 2021). Seiring dengan berkembangnya budaya konsumsi kopi di Indonesia, terutama di kalangan masyarakat urban, konsep kopi keliling mulai mengalami transformasi. Salah satu faktor utama yang mendorong perkembangan kopi keliling adalah semakin tingginya permintaan masyarakat akan kopi yang disajikan secara cepat, praktis, dan dapat dinikmati di berbagai lokasi tanpa harus mengunjungi kedai kopi tetap (Nugroho H, 2016).

Fenomena kopi keliling juga berkaitan erat dengan perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan, yang semakin menginginkan penyajian kopi yang cepat, praktis, dan dapat diakses di berbagai tempat. Oleh karena itu, kopi keliling tidak hanya berfungsi sebagai alternatif konsumsi kopi yang praktis, tetapi juga sebagai bagian dari transformasi pasar kopi di Indonesia yang semakin dinamis. (Susanti, 2018). Menurut Hidayati, S (2021) Di Kota Padang, kopi keliling mengalami perkembangan yang signifikan. Seiring dengan meningkatnya permintaan terhadap kopi berkualitas, pengusaha kopi keliling di Padang mulai memanfaatkan berbagai sarana transportasi untuk menjangkau konsumen di berbagai lokasi

strategis. Hal ini didorong oleh kesadaran masyarakat akan pentingnya kenyamanan dan kemudahan dalam menikmati kopi, serta kebiasaan konsumen yang lebih sering mencari kopi cepat saji tanpa harus mengunjungi kedai kopi tetap.

Khususnya di Kota Padang menurut hasil survei penulis sendiri ada lebih dari 10 kopi keliling yang ada di Kota Padang (Lampiran 2). Hal itu tentu menimbulkan persaingan yang ketat antara para pelaku usaha kopi keliling. Pelaku usaha kopi keliling memerlukan pengkajian terhadap kepuasan konsumennya agar mampu mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar, agar bisa bertahan pada persaingan yang ketat tersebut. Menurut Supranto (2011), kepuasan konsumen harus diperhatikan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, hal ini menyebabkan penurunan penjualan. Maka dari itu, pimpinan perusahaan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan agar mengetahui atribut apa dari suatu produk yang membuat pelanggan tidak puas. Pengukuran terhadap konsumen pelanggan merupakan suatu hal yang sangat penting dilakukan untuk dapat mempertahankan suatu pelanggan dengan mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada akhirnya pengusaha dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan juga mempengaruhi keberhasilan bisnis. Kepuasan konsumen tidak hanya mempengaruhi loyalitas pelanggan, tetapi juga citra dan pertumbuhan bisnis.

Jalani Coffee merupakan usaha kopi yang berkonsep kopi keliling di Kota Padang. Jalani Coffee juga termasuk yang awal menerapkan bisnis kopi berkonsep kopi keliling di Kota Padang. Jalani Coffee adalah usaha yang bergerak di industri kopi yang pemiliknya bernama Afdhal Mardian. Jalani Coffee terletak di Jalan Khatib Sulaiman No. 86a, Ulak Karang Selatan., Kec. Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat, didepan Kantor Dinas Kementrian PU/PR Kota Padang. Usaha ini didirikan oleh Afdhal Mardian pada awal tahun 2023. Jalani Coffee saat ini sudah memiliki 2 tempat, satu kedai kopi berkonsep kopi keliling dan satu lagi kedai kopi berkonsep kafe. Jalani Coffee merupakan kedai kopi berkonsep kopi keliling yang menawarkan beragam jenis minuman yang berbahan dasar kopi. Menurut Informasi yang didapat dari pemilik usaha pada saat survey, usaha tersebut dibangun karena melihat pasar penikmat kopi di Padang yang muncul

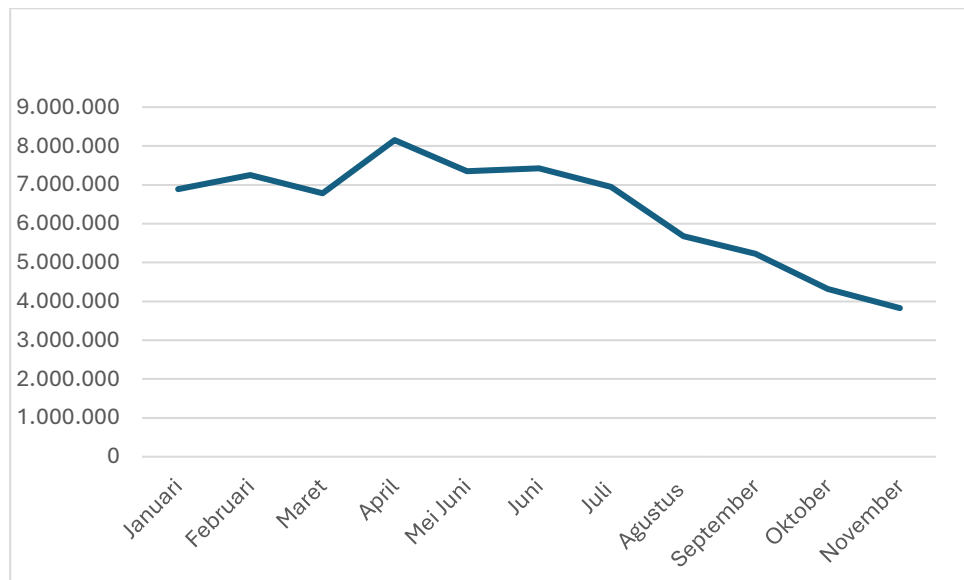
atas dorongan gaya hidup urban, dan juga karena melihat adanya peluang inovasi kedai kopi keliling dan juga adanya tren kopi keliling yang belum banyak di Kota Padang. Industri kopi terutama kedai kopi di Kota Padang baru berkembang 4 tahun belakangan, atau 2 tahun terakhir untuk perkembangan yang signifikan karena gaya hidup urban tadi, khususnya tren kopi keliling yang menjadi salah satu inovasi pada bisnis kopi. kopi keliling yang mulai menjadi tren di Indonesia 2 tahun belakangan memberikan peluang bagi para pelaku bisnis kopi.

Persaingan pada bisnis kopi saat ini semakin menonjol dan tidak bisa dielakkan, terutama di kota Padang yang semakin banyaknya bermunculan kopi keliling beragam yang tidak kalah menarik untuk dikunjungi. Keberagaman tersebut membuat pengusaha kopi keliling, semakin tertantang dalam hal menarik konsumen sebanyak-banyak. Beberapa kopi keliling yang menjadi kompetitor Jalani Coffee seperti Garis Langit Street Coffee yang berlokasi tidak jauh dari Jalani Coffee, ini menimbulkan sebuah persaingan yang kompetitif dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan. Pihak Jalani Coffee perlu memperhatikan hal-hal yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen dengan cara membuat sesuatu yang berbeda. Hal ini patut diperhatikan karena saat ini konsumen tidak hanya berpedoman kepada harga yang murah, namun juga memperhatikan aspek kualitas produk, pelayanan, tempat dan fasilitas yang ditawarkan oleh Jalani Coffee.

Tingkat persaingan yang ketat membuat perusahaan harus memenuhi keinginan konsumen yang dapat membentuk, mempertahankan loyalitas konsumen dan menarik konsumen baru. Kepuasan yang tinggi pada Jalani Coffee nantinya akan memberikan dampak terhadap loyalitas konsumen. Semakin puas konsumen terhadap atribut produk yang diberikan, semakin tinggi sikap loyalitas yang diberikan oleh konsumen kepada perusahaan (Hattari, 2014).

Tingginya intensitas persaingan ini menciptakan tantangan tersendiri bagi Jalani Coffee, yang sebelumnya menjadi salah satu pelopor usaha kopi keliling di Kota Padang. Meskipun Jalani Coffee telah memiliki pelanggan tetap dan menawarkan kualitas produk serta layanan yang baik, namun dalam beberapa bulan terakhir, usaha ini mengalami penurunan volume penjualan. Hal ini dapat diindikasikan sebagai dampak dari meningkatnya jumlah pesaing yang

menawarkan alternatif serupa di lokasi-lokasi strategis yang sama. Dari data volume penjualan bulan Januari – November dapat dilihat Jalani Coffee mengalami penurunan penjualan yang cukup signifikan (Lampiran 3). Hal ini tentu menjadi permasalahan yang cukup serius bagi Jalani Coffee. Penurunan penjualan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Grafik penjualan Jalani Coffee Januari – November 2024

Dalam menghadapi kondisi tersebut, penting bagi Jalani Coffee untuk melakukan evaluasi dan analisis mengenai kepuasan konsumennya. Adanya permasalahan diatas tersebut, diharapkan penelitian ini dapat membantu Jalani Coffee meningkatkan pangsa pasar dan juga mempertahankan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana karakteristik konsumen dari Jalani Coffee di Kota Padang?
2. Bagaimana kepuasan konsumen dari Jalani Coffee di Kota Padang?

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti merasa perlu melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Kepuasan Konsumen Pada Jalani Coffee Kota Padang”**

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi karakteristik konsumen dari Jalani Coffee di Kota Padang
2. Menganalisis kepuasan konsumen dari Jalani Coffee di Kota Padang

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi banyak pihak di antaranya:

1. Bagi Produsen, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pertimbangan mengenai kepuasan konsumen pada Jalani Coffee, sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengambil kebijakan pemasaran yang tepat sehingga dapat bersaing dalam rangka meningkatkan pangsa pasar dan mempertahankan konsumen.
2. Bagi pembaca, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.
3. Bagi penulis, Penelitian ini dapat berguna untuk menambah wawasan dan pemahaman serta dan menjadi ilmu dalam menerapkan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan.

