

Bab I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman pada dunia saat ini menghadirkan sebuah fenomena baru dimana masyarakat senang berkumpul dan bercengkrama bersama teman, sahabat, rekan kerja, sekedar meluangkan waktu untuk sendirian atau mengerjakan tugas di sebuah tempat yang ditemani oleh minuman atau makanan ringan. Mengonsumsi makanan dan minuman di rumah merupakan kebiasaan yang sering dilakukan oleh masyarakat luas, tetapi dinamika perkembangan zaman telah mengubah tren masyarakat global dalam mengonsumsi makanan dan minuman di luar rumah (Kara, Kaynak & Kucukemiroglu, 1997).

Kebiasaan ini tidak terlepas dari adanya perubahan demografi, peningkatan pendapatan, kemudahan dan kenyamanan dalam mendapatkan makanan, serta sebagai aktivitas rekreasi masyarakat global. Aktivitas rekreasi tidak hanya sebagai makan diluar rumah tetapi telah menjadi hal yang lumrah dan bisa dikatakan sebagai kebutuhan oleh masyarakat global yang sibuk (Koo, Tao & Yeung, 1999).

Kopi adalah minuman yang dulunya hanya digemari oleh orang dewasa, orang tua dan laki-laki di rumah, namun kini mulai digemari oleh kalangan muda di

Indonesia. Sekarang kopi tidak menjadi identik dengan minuman lelaki, tetapi banyak juga wanita mulai menggemarinya. Saat ini kopi memiliki banyak variasi diantaranya kopi susu yang memiliki rasa yang enak sehingga disukai oleh banyak wanita. Pengunjung *coffee shop* mayoritas berjenis kelamin laki-laki dan merupakan kelas ekonomi atas. (pengeluaran rutin bulanan rumah tangga diatas Rp 2 juta). Kebiasaan masyarakat mengkonsumsi makanan dan minuman di luar rumah dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, diperkirakan pertumbuhan konsumsi makanan minuman di Indonesia sebesar 10,5%, Kebiasaan ini telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia terkhususnya pada daerah perkotaan besar (*Business Monitor International,2016*)

Perbedaan antara kedai kopi biasa dengan *coffee shop* itu terletak pada baik itu fasilitas, alat pembuatan kopi, harga dan jenis kopi yang digunakan. Fasilitas yang dimiliki kedai kopi biasa tidak serupa yang dimiliki *coffee shop*, yang mana *coffee shop* memiliki fasilitas *wifi*, *AC*, stop kontak, kamar mandi dan lain-lain yang tidak dimiliki kedai kopi biasa. Selain itu *coffee shop* menggunakan alat pengolahan kopi serta bubuk kopi yang berbeda dan tidak dimiliki oleh kedai kopi biasa. Harga minuman kopi yang ditawarkan oleh kedai kopi biasanya lebih murah dibandingkan *coffee shop*.

Permintaan kopi di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami kenaikan. Hal ini berdasarkan dari hasil penelitian Nielsen di Sembilan kota besar di Indonesia yang menunjukkan bahwa jumlah pengunjung *coffee shop* mengalami kenaikan sebesar 292% dalam 3 tahun. Data pengunjung *coffee shop* di sembilan kota besar Indonesia di tahun 2011 sebanyak 1,2 juta orang, kemudian di tahun 2013 jumlah pengunjung

meningkat menjadi 3,5 juta jiwa, sehingga dapat mengindikasikan bahwa permintaan kopi di Indonesia mengalami peningkatan (Majalah Mix, 08 Agustus 2013).

Berdasarkan data dalam buku Peluang Usaha IKM Kopi (2017) penelitian yang dilakukan *International Coffee Organization* (ICO) menyebutkan bahwa pertumbuhan peminum kopi di Indonesia naik sebesar 8% dimana lebih tinggi dibandingkan dengan akumulasi pertumbuhan dunia sebesar 6% pada tahun 2019. Serta jumlah peningkatan cukup signifikan konsumsi kopi dalam 4 tahun terakhir dengan peningkatan rata-rata 2,49% dan konsumsi kopi di Indonesia pada periode 2016-2021 diprediksi tumbuh rata-rata 8,22% per tahun. Survei berdasarkan hasil riset *Toffin* bersama majalah Mix Marcomm pada tahun 2019 dengan responden sebanyak 310 orang menjelaskan sebesar 86,45% responden membelanjakan uangnya untuk membeli kopi dengan harga kurang dari Rp 200.000,- perbulan dan sisanya membelanjakan uangnya untuk membeli kopi dengan harga diatas Rp 200.000,- perbulan.

Permintaan kopi pada *coffee shop* di Sumatera Barat terbilang cukup tinggi. Hal ini terlihat pada survei nasional terhadap 9.684 orang Indonesia yang menunjukkan bahwa peminum kopi terbanyak ada di Provinsi DKI Jakarta sebanyak 57% responden, Sumatera Barat sebanyak 57% responden dan Sulawesi Utara sebanyak 51% responden (*HonestDocs*, 2019). Hasil dari survei tersebut juga selaras dengan kondisi permintaan kopi di beberapa kota di Sumatera Barat pada saat ini yang mana mulai banyak bermunculan *Coffee Shop* di tiap kota.

Di kota Padang jumlah *coffee shop* menjadi menjamur di seluruh kota, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) menyatakan pada

tahun 2016 Kota Padang telah memiliki 19 kedai kopi (Fadillah, Trina & Sari, 2020). Jumlah *coffee shop* di kota Padang saat ini diperkirakan ada lebih 50 kedai dan akan semakin bertambah dengan seiring waktu. Dengan banyaknya konsumen yang mengunjungi *coffee shop* setiap hari di Kota Padang, mengindikasikan bahwa tingginya permintaan masyarakat akan kebutuhan terhadap produk kopi.

Tingginya permintaan masyarakat Kota Padang akan kopi disebabkan oleh harga yang ditawarkan cukup beragam sesuai dengan menu kopi yang disediakan. Kebanyakan harga minuman kopi yang ditawarkan di *coffee shop* berkisar dari Rp10.000,- – Rp40.000,- sehingga dapat dijangkau semua kalangan bahkan untuk kalangan siswa sekolah sekalipun. Penikmat kopi di *coffee shop* di kota Padang beberapa diantaranya adalah masyarakat yang telah bekerja dan memiliki pendapatan sendiri. Harga kopi pada *coffee shop* telah mengalami kenaikan dari tahun ke tahun seperti harga Espresso yang dahulunya pada tahun 2017 dapat dibeli dengan seharga Rp 7.000,- Sekarang untuk mendapatkan segelas Espresso dapat dibeli dengan seharga Rp10.000,-.

Berdasarkan data dari BPS kota Padang pada tahun 2020 yang menunjukkan penurunan PDRB dalam dua tahun terakhir yakni pada tahun 2019 sebesar 5,65% dan tahun 2020 sebesar -1,86 tidak membuat antusiasme masyarakat kota Padang untuk mengunjungi *coffee shop* berkurang, masyarakat sering menjadikan *coffee shop* sebagai tempat untuk mengkonsumsi produk kopi di kala istirahat kerja maupun

sepanjang bekerja. Mereka bahkan tidak ragu mengeluarkan uang yang lebih guna menikmati kopi yang diinginkan untuk di konsumsi. Hal ini terlihat dari data Kota Padang dalam angka tahun 2020 yang menunjukkan pengeluaran rata-rata perkapita masyarakat kota Padang tertinggi berdasarkan kelompok makanan yaitu pada makanan dan minuman jadi dengan rata-rata pengeluaran sebesar Rp 159.852,-.

Permintaan produk kopi pada *coffee shop* di Kota Padang juga tidak luput dari gaya hidup dari masyarakat itu sendiri, masyarakat Kota Padang yang senang berkumpul atau nongkrong menjadikan kebutuhan akan tempat dalam melakukan kegiatan tersebut juga meningkat, kegiatan yang dilakukan bersama kerabat, teman, rekan kerja dan sebagai lainnya sambil di temani minuman kopi ini menjadikan permintaan kopi ikut meningkat. Permintaan kopi pada *coffee shop* di kota Padang tidak terlepas dari banyaknya universitas di kota sehingga kebanyakan terdiri dari mahasiswa yang berusia sekitar 18 sampai 24 tahun. Konsumen *coffee shop* yang mayoritas mahasiswa ini sering kali mengunjungi *coffee shop* sebagai tempat dalam mengerjakan tugas, diskusi, rapat dan sebagainya. Kegiatan mahasiswa seperti ini sangat berpengaruh secara tidak langsung terhadap permintaan kopi. Meskipun di *coffee shop* memiliki minuman non kopi, kopi masih menjadi pilihan bagi konsumen yang berkunjung ke *coffee shop*.

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan di atas apakah memang benar permintaan kopi pada *coffee shop* di Kota Padang dipengaruhi oleh harga, pendapatan, gaya hidup dan usia. Maka penulis ingin meneliti lebih lanjut dalam

bentuk skripsi dengan judul “**Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Kopi pada *Coffee Shop* di Kota Padang**”

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana hubungan faktor harga terhadap permintaan kopi pada *coffee shop* di kota Padang?

2. Bagaimana hubungan faktor pendapatan terhadap permintaan kopi pada *coffee shop* di kota Padang?

3. Bagaimana hubungan faktor gaya hidup terhadap permintaan kopi pada *coffee shop* di kota Padang?

4. Bagaimana hubungan faktor usia terhadap permintaan kopi pada *coffee shop* di kota Padang?

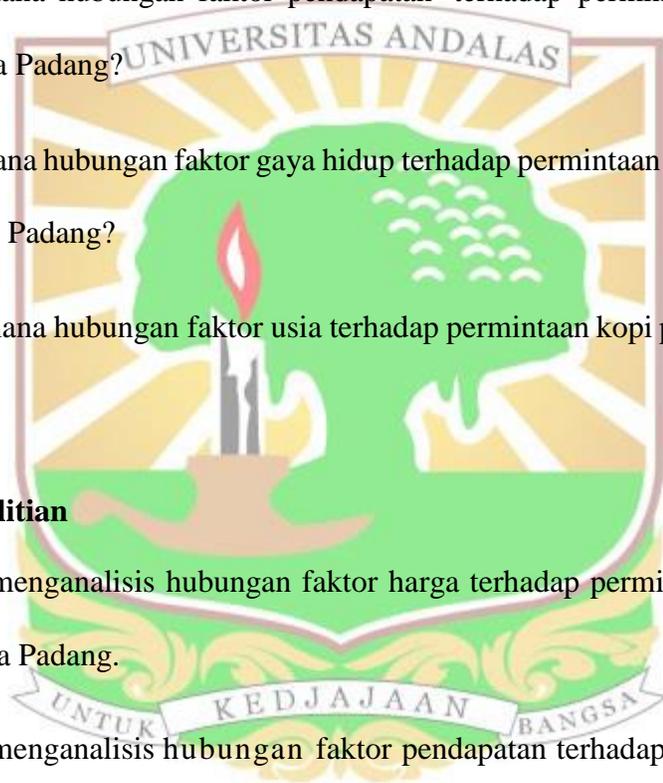
1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis hubungan faktor harga terhadap permintaan kopi pada *coffee Shop* di kota Padang.

2. Untuk menganalisis hubungan faktor pendapatan terhadap permintaan kopipada *coffee Shop* di kota Padang.

3. Untuk menganalisis hubungan faktor gaya hidup terhadap permintaan kopipada *coffee Shop* di kota Padang.

4. Untuk menganalisis hubungan faktor usia terhadap permintaan kopi pada *coffee shop* di kota Padang?



1.4. Manfaat penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak terhadap perkembangan ilmu pengetahuan di Indonesia dan dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya mengenai permintaan kopi pada *coffee shop*.

2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk para pembaca mengenai permintaan kopi pada *coffee shop*.

3. Penelitian diharapkan dapat menjadi sebuah panduan bagi pihak pemilik *Coffee Shop* dalam melihat tingkat permintaan kopi di *coffee shop* yang ada Kota Padang.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Demi terarahnya penelitian ini dan agar seluruh pembahasan mencapai tujuan yang dituju lebih terarah, maka ruang lingkup dalam penelitian ini meliputi:

- a) Pelanggan kedai kopi di *coffee shop* di Kota Padang
- b) Variabel yang diteliti adalah harga, pendapatan, gaya hidup dan usia

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui permintaan kopi pada *coffee shop* oleh konsumen di *coffee shop* di Kota Padang, seluruh informasi yang didapatkan berdasarkan isian responden dengan mengisi kuesioner ataupun wawancara. Pada penelitian ini konsumen yang pernah mengunjungi *coffee shop* di Kota Padang merupakan objek penelitian.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar sistematika penulisan hasil penelitian ini dapat dipahami secara jelas, maka penulis membagi sistematika penulisan ini dalam enam bab, dengan rincian tiap babnya adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dibahas mengenai latar belakang alasan pemilihan judul, identifikasi masalah, tujuan mengenai dilakukannya penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN LITERATUR

Pada bab ini berisikan teori-teori pendukung yang merupakan pendapat para ahli yang mana teori yang digunakan dapat memberikan gambaran dan analisis yang mendalam terhadap penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai daerah lokasi penelitian, data dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV : PEMBAHASAN PENELITIAN

Berisikan deskripsi pembahasan penelitian dan hasil penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan hasil penelitian beserta saran yang mendukung dari penulis untuk pihak-pihak yang bersangkutan dalam penelitian.

