

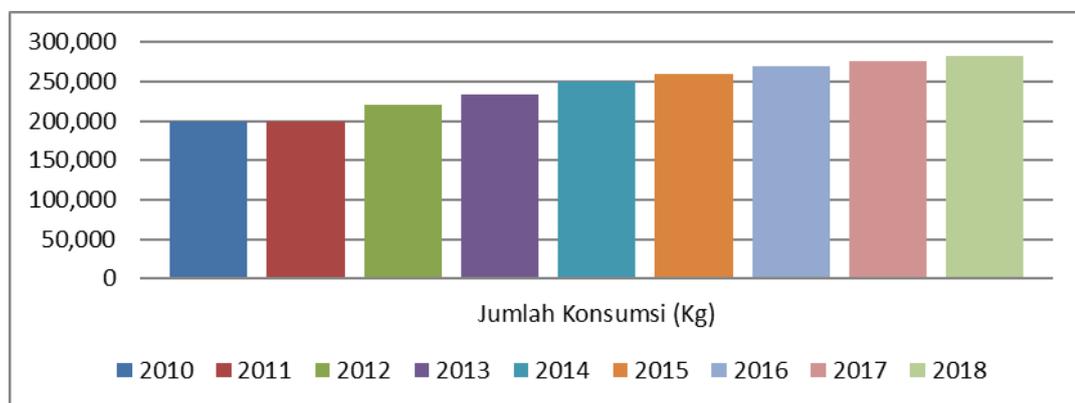
I. PENDAHULUAN

2.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara produsen dan eksportir kopi terbesar di dunia. Selain itu Indonesia juga terkenal memiliki sejumlah jenis kopi khusus seperti kopi luwak dan kopi mandailing selain kopi khusus Indonesia juga mempunyai tiga jenis varietas kopi yang berbeda yaitu kopi Arabika, kopi Robusta dan juga kopi Liberika. Ketiga jenis kopi ini mempunyai perbedaan masing-masing mulai dari bentuk fisik daun dan buah, citarasa dan proses pengolahan yang juga berbeda.

Perkembangan industri kopi saat ini telah menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia. Saat ini, tradisi ngopi tidak hanya terbatas dalam perjamuan tamu ataupun undangan pernikahan saja, akan tetapi dalam aktivitas seperti rapat, reuni, kengan ataupun pertemuan bisnis, tidak dapat dipisahkan dari secangkir kopi. Kopi dijadikan sebagai alat untuk berkomunikasi, pencair suasana, ataupun menjalin keakraban.

Tabel 1. Konsumsi Kopi Nasional Tahun 2010-2018



Sumber: *International Coffee Organization, 2019*

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pada konsumsi kopi nasional yang cukup signifikan dari tahun 2010 - 2018, yaitu sebesar 41%. Peningkatan ini membuat Indonesia menempati urutan ke-6 dalam daftar negara konsumsi kopi terbesar di dunia (Lampiran 1). Selain di ekspor ke negara lain kopi juga dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Meningkatnya Konsumsi kopi terjadi seiring dengan meningkatnya taraf hidup dan pergeseraan gaya hidup masyarakat perkotaan di Indonesia.

Kopi mengalami perkembangan yang sangat pesat sehingga mampu menjadikannya sebagai salah satu komoditas yang banyak dinikmati masyarakat baik kalangan muda maupun kalangan tua, karena kopi mampu diolah ke berbagai macam produk baik minuman ataupun yang lainnya, sehingga bisa dinikmati oleh banyak khalayak ramai. Kopi merupakan minuman hasil seduhan biji kopi yang telah di sangrai dan dihaluskan menjadi bubuk kopi. Terdapat berbagai macam jenis olahan kopi seperti *green coffee bean*, kopi bubuk, parfum kopi, dan ada juga yang di jual dalam bentuk minuman kopi.

Minuman kopi sudah menjadi tren gaya hidup sejak dulu, fenomena global ini dapat dilihat di mancanegara, termasuk di Indonesia. Kebiasaan ngopi yang membuat para pegiat industri kopi mencoba menginovasi kopi menjadi olahan yang bisa dinikmati oleh semua orang. Di Amerika Serikat Starbucks menjadi tren hangout ataupun tempat nongkrong sembari ngopi (Gagas 2011). Usaha *coffee shop* menjadi usaha yang menjanjikan dewasa ini. Seiring perkembangan waktu, keberadaan *coffee shop* di Kota Jambi semakin banyak dan populer, bentuknya

yang beragam dan juga banyak yang menyediakan berbagai jenis minuman yang bahan utamanya terbuat dari kopi.

Coffee shop merupakan suatu wadah atau tempat yang menyajikan berbagai macam minuman kopi seperti es kopi jelly, caramel macchiato, cappucino, latte, espresso dan lain sebagainya. Seiring dengan perkembangan zaman, *coffee shop* juga menyediakan makanan kecil maupun makanan berat. Berbagai jenis *coffee shop* di Kota Jambi mempertahankan kualitas produknya agar dapat semakin dikenal masyarakat contohnya dengan menggunakan cara promosi, cara penyajian, fasilitas, kualitas pelayanan maupun dekorasi dari *coffee shop* (Febrianti. 2011).

Kota Jambi sebagai pusat wilayah dan Ibukota Provinsi Jambi yang merupakan salah satu kota yang mempunyai peluang yang cukup baik bagi pelaku usaha untuk menjalankan bisnis *coffee shop*, karena di Kota Jambi terdapat berbagai Universitas, perkantoran, instansi pemerintahan dan sekolah-sekolah terbukti dengan banyaknya *coffee shop* yang ada di kota Jambi (lampiran 3). Jika lebih diamati, kegiatan nongkrong di *coffee shop* menjadi gaya hidup yang tidak bisa dipisahkan bagi beberapa warga Kota Jambi. Seperti saat pulang kantor, di sela-sela jam kuliah, weekend, kumpul bersama teman atau relasi.

Kota Jambi yang memiliki berbagai macam *coffee shop* menyebabkan persaingan bisnis *coffee shop* yang cukup ketat, sehingga mengharuskan para produsen untuk selalu memiliki inovasi agar produsen dapat bertahan dan juga menjadi berkembang dalam menjalankan bisnis *coffee shop*, salah satu caranya ialah harus memahami keragaman perilaku konsumen. Banyaknya jenis pilihan

coffee shop di Kota Jambi saat ini dengan keunggulan dan karakteristik yang berbeda-beda dan produk yang ditawarkan membuat konsumen dapat memilih merek yang sesuai dengan keinginan konsumen. Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan *coffee shop* khususnya di Kota Jambi, maka persaingan antar *coffee shop* pun menjadi semakin ketat. Melihat begitu banyak *coffee shop* yang berkembang, hal ini menuntut para pebisnis tidak saja hanya mampu menjual produknya, tetapi juga harus dapat berinovasi, kreatif dan mengetahui kebutuhan konsumen untuk bersaing dengan sesama pebisnis lainnya agar bisnisnya dapat bertahan.

Pemasar (produsen) harus mempelajari perilaku konsumen agar mampu memperkirakan bagaimana kecenderungan konsumen untuk bereaksi terhadap informasi yang diterimanya, sehingga produsen dapat menyusun strategi pemasaran yang sesuai. Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi. (Sumarwan 2004).

Perilaku konsumen dapat diartikan sebagai perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam mencari, menggali, menggunakan dan menentukan keputusan dalam membeli produk yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Kebutuhan akan minuman kopi mengarah pada perilaku konsumen yang selanjutnya akan menentukan pilihan-pilihan konsumsinya pada berbagai macam varian minuman kopi. Konsumen akan lebih selektif dalam memilih produk yang akan ditawarkan oleh para produsen agar produk yang di beli sesuai dengan

kebutuhan. Pada dasarnya konsumen memilih varian minuman kopi mempunyai alasan tersendiri. Setiap konsumen dalam menentukan keputusan untuk membeli suatu produk minuman kopi tentu mempunyai faktor yang mempengaruhinya.

Dalam perilaku konsumen terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan faktor faktor perilaku konsumen terdiri dari faktor individu (sumber daya konsumen, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup dan demografi), faktor lingkungan, budaya, kelas sosial, keluarga, psikologi, pengolahan informasi, pembelajaran, perubahan sikap dan perilaku(Engel 1995) . Selain itu, atribut dari *coffee shop* seperti fasilitas, kualitas pelayanan dan desain juga menjadi acuan dalam pengambilan keputusan dalam pembelian minuman kopi. Dalam hal pemasaran masih sulit dalam menentukan faktor apakah yang dapat mempengaruhi konsumen dalam hal keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana terjadinya konsumen benar-benar membeli suatu produk (Suryani T 2008).

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen *Coffee shop* di Kota Jambi**”.

2.2. Rumusan Masalah`

Kopi merupakan salah satu jenis tanaman perkebunan yang sudah cukup lama dibudidayakan dan juga mempunyai nilai ekonomis yang lumayan tinggi. Kopi berasal dari negara Afrika, yaitu dari daerah pegunungan di Etopia. Namun, kopi sendiri baru dikenal oleh masyarakat dunia pada saat setelah tanaman

tersebut dikembangkan di luar dari daerah asalnya, tepatnya Yaman di bagian selatan Arab (Haflan, Y. 2007). Potensi yang baik ini menjadikan kopi sebagai salah satu agroindustri yang banyak digemari oleh masyarakat. Salah satu usaha yang berbahan baku kopi ialah *Coffee shop*.

Coffee shop didesain khusus dengan konsep semenarik mungkin agar pengunjung tidak hanya sekedar menikmati berbagai jenis sajian kopi, tetapi juga menikmati suasana disekitar lingkungannya. Konsumen memiliki naluri masing-masing dalam memilih sehingga para konsumen akan menentukan sendiri *coffee shop* mana yang akan cocok dan nyaman untuk dijadikan tempat dalam menikmati kopi. Cukup banyak konsep-konsep yang dimiliki *coffee shop* dalam menyajikan produk-produknya mulai konsep klasik hingga modern.

Konsep konsep dari *coffee shop* ini sebetulnya untuk melayani minat beli yang mempunyai banyak sekali persepsi terhadap *coffee shop* karena masyarakat mempunyai kehidupan yang semakin kompleks, diiringi dengan perkembangan teknologi yang dapat berdampak negatif seperti mudah stress, yang dialami oleh para kaum tua maupun muda. Tekanan pikiran yang mudah terjadinya stress dan banyaknya urusan menyebabkan kaum muda ingin memiliki waktu untuk bersantai. Kesempatan untuk bersantai dan merefresh pikiran inilah kebanyakan masyarakat memilih hidangan kopi dengan tempat yang nyaman seperti *coffee shop* (Hertanto 2011).

Dalam melakukan proses pembelian untuk menentukan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor yang mempengaruhi untuk membeli dan mengkonsumsi kopi. Faktor yang

mempengaruhi dalam mengkonsumsi dan membeli kopi didukung dari teori Kotler (2010) yang menyebutkan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terdiri faktor internal dan faktor eksternal seperti umur, pekerjaan, tingkat pendidikan, status pernikahan, budaya, keluarga, lingkungan, dan media sosial.

Pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk, konsumen dapat melakukan evaluasi untuk melakukan pemilihan produk. Evaluasi dan pemilihan yang digunakan akan menghasilkan suatu keputusan. Pengambilan keputusan merupakan keputusan konsumen tentang apa yang di beli, dimana akan dilakukan, kapan akan dilakukan dan bagaimana pembelian akan dilakukan (Sumarwan 2004).

Berdasarkan uraian diatas maka permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Perilaku Konsumen *Coffee shop* di Kota Jambi?
2. Apa Saja Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Membeli Kopi di *Coffee shop* di Kota Jambi?

2.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan Perilaku Konsumen *Coffee shop* di Kota Jambi
2. Menganalisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen *Coffee shop* di Kota Jambi.

2.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang telah ada dan sebagai acuan kepada peneliti yang hendak meneliti penelitian yang serupa.

2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pembaca dan dapat menjadi referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan.
3. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Jambi.