

I. PENDAHULUAN

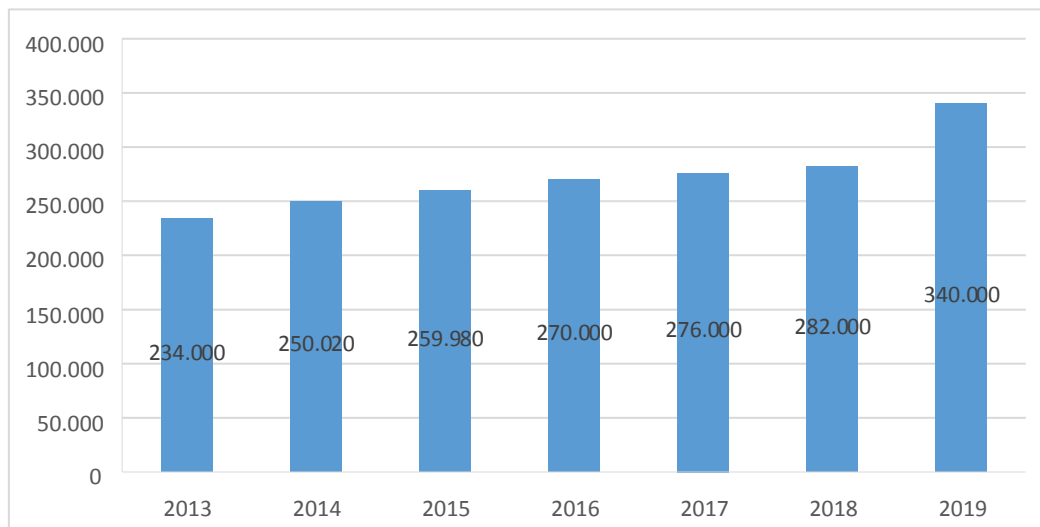
1.2 Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara berkembang dengan mata pencaharian utama mereka sebagai petani, rata-rata penduduk Indonesia bergantung pada sektor pertanian untuk menjalankan kehidupannya. Terdapat beberapa subsector pertanian yang mempunyai kontribusi besar dalam perkembangan Negara Indonesia, akan tetapi subsector terbesar yang mempunyai peran penting ialah subsector perkebunan. Hal ini dapat dilihat banyaknya peranan subsector perkebunan dalam memberikan sumbangan terhadap devisa Negara, penyerapan tenaga kerja, hingga mampu membuka lapangan pekerjaan bagi penduduk Indonesia. Penggunaan lahan di Indonesia disesuaikan dengan keadaan dan perkembangan yang ada dilapangan , hal ini bertujuan untuk memberikan solusi terkait adanya persoalan yang berkaitan dengan kesejahteraan Negara.

Komoditas-komoditas di Indonesia sangat beragam dalam sektor pertanian, mulai dari komoditas yang mudah diolah hingga komoditas yang sulit di olah. Disamping berdasarkan pengolahan tersebut, komoditas-komoditas juga mempunyai harga jual yang sangat bervariasi, salah satu komoditas yang mudah diolah dan mempunyai nilai jual yang cukup tinggi ialah komoditas kopi. Kopi sendiri merupakan komoditas subsector perkebunan yang sudah sangat lama di budidayakan, kopi juga menjadi sumber mata pencaharian utama bagi para petani dan termasuk salah satu komoditas andalan dalam dunia ekspor yang mampu menghasilkan devisa bagi Negara. Akan tetapi adanya fluktuasi dari komoditas kopi membuat sebuah ketidak seimbangan antara permintaan dan persediaan (demand and stock) komoditas kopi di pasar dunia.

Ada beberapa jenis-jenis kopi yang cukup terkenal yaitu kopi Robusta, Arabica, dan Eksela

Di Indonesia kopi merupakan salah satu minuman yang saat ini banyak digandrungi oleh masyarakat baik dari kalangan pria dan wanita, muda dan tua hingga menjadi sebuah tradisi untuk dikonsumsi bagi masyarakat Indonesia. Kopi sendiri sudah menjadi minuman wajib bagi masyarakat Indonesia sebelum menjalani kegiatan sehari-hari, akan tetapi seiring perkembangan jaman kopi sendiri menjadi salah satu minuman yang banyak digunakan oleh kalangan muda untuk bercengkrama bersama teman-teman hingga keluarga. Sejatinya kopi dahulunya di konsumsi pada pagi hari, akan tetapi hingga saat ini waktu untuk mengkonsumsi kopi sendiri tidak lagi hanya pada pagi hari. Banyak masyarakat mengkonsumsi kopi pada saat mereka sedang istirahat siang, bersantai sore, hingga malam hari untuk dijadikan teman dalam menghabiskan waktu yang ada. Perubahan tradisi ini tentunya membuat budaya minum kopi turut berubah. Sehingga kopi untuk saat ini tidak hanya digunakan sebagai pemuas kebutuhan pecinta kopi saja, akan tetapi sudah menjadi sebuah trend dan gaya hidup tersendiri. Jumlah konsumsi kopi di Indonesia dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini.



Sumber: *International Coffee Organization, 2019*

Gambar 1. Konsumsi Kopi Nasional Tahun 2010-2019

Gambar 1 memperlihatkan kondisi konsumsi kopi nasional dimana terjadi kenaikan yang cukup signifikan dari tahun 2010 sampai tahun 2019 sebesar 41%. Peningkatan ini membuat Negara Indonesia menempati urutan ke-6 dalam daftar Negara yang mengkonsumsi kopi terbesar di dunia. Peningkatan konsumsi kopi salah satunya disebabkan oleh gaya hidup masyarakat yang sudah menjadikan minuman kopi sebagai kebutuhan sehari-hari dalam hidupnya.

Perkembangan konsumsi kopi dalam kalangan masyarakat menjadikan peluang bagi para investor lokal maupun asing untuk menanamkan modalnya dalam industri kopi di Indonesia. Investasi dalam industri kopi tidak hanya sebatas pada produksi biji kopi saja, tetapi seiring perjalanan waktu semakin berkembang ke tahap penyajian kopi kepada masyarakat. Berkembangnya sebuah penyajian kopi menjadi hal menarik karena ada banyak hal yang dapat dikelola misalnya jenis dan keragaman produk, rasa produk, cara

melayani konsumen, dan hal-hal dapat memanjakan konsumen. Peningkatan taraf hidup dan perubahan pola gaya hidup masyarakat perkotaan di Indonesia dalam menyukai produk yang instan lagi praktis sehingga diinginkan konsumen. Keadaan yang ada mendorong terjadinya perubahan dalam cara mengkonsumsi kopi, khususnya kalangan remaja yang menyebabkan terjadinya perkembangan industri kopi di kota-kota besar.

Seiring berkembangnya teknologi gaya hidup manusia terutama mengenai pilihan makanan dan minuman juga sangat bervariasi. Kemampuan ini membuat kopi sebagai salah satu agroindustri yang banyak diminati masyarakat. Meningkatkannya konsumsi kopi di masyarakat dapat menjadikan peluang untuk mengembangkan usaha yang berbahan baku utamanya adalah kopi. Keunggulan kopi yaitu mempunyai rasa yang khas dan aromanya yang hampir disukai oleh banyak masyarakat dari berbagai kalangan. Munculnya ide-ide dalam mengembangkan produk kopi salah satunya ialah menjadikan usaha yang sekarang disebut sebagai Coffee Shop.

Coffee shop merupakan tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi, non kopi hingga makanan. Coffee Shop sendiri biasanya memiliki suasana santai, tempat nyaman dan dilengkapi dengan alunan musik, baik pemutaran music secara langsung dan tidak langsung, menyediakan televisi dan bacaan, *Coffe Shop* memiliki desain interior yang khas dan memiliki pelayanan yang ramah hingga mampu menyediakan kondisi nirkabel. *Coffee shop* saat ini tidak hanya untuk tempat menikmati kopi tetapi juga tempat berkumpul untuk mengerjakan sebuah tugas, rapat, menjadi tempat berfoto, tempat bertemu dengan rekan kerja dan tempat untuk menonton acara musik seperti konser. Perkembangan *Coffee shop* saat ini mempunyai konsep yang bias terbilang berbeda dengan *coffee shop* yang dahulu yang tujuannya hanya untuk menjual kopi. *Coffe Shop*

dijaman sekarang terfokus kepada kepuasan pelanggan, sehingga Coffee Shop sekarang lebih dianggap sama seperti Café.

Jumlah *Coffee shop* di Kota Jambi mengalami peningkatan yang cukup signifikan yaitu pada tahun 2018 hingga tahun 2019. Pada tahun 2018 *coffee shop* berjumlah sekitar 49 dan pada tahun 2019 menjadi 84 *coffee shop*, peningkatan ini hanya berlangsung dalam kurun waktu satu tahun saja. Besarnya peningkatan ini mencapai 71,4 %. Salah satu yang menjadi faktor meningkatnya jumlah *coffee shop* ini adalah peningkatan jumlah masyarakat dalam mengkonsumsi kopi. *Coffee shop* yang semakin meningkat jumlahnya di Kota Jambi, mengakibatkan adanya persaingan antara *coffee shop*. Masalah ini mengharuskan para pemilik *coffee shop* membuat strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen mereka masing-masing, serta dapat memberikan produk yang sesuai keinginan konsumen juga mampu memenuhi kepuasan konsumen yang sebelumnya tidak mereka dapatkan di para pesaingnya. Sebuah tujuan bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan kepada para konsumen. Kepuasan konsumen akan terjadi apabila apa yang dirasakan atau didapatkan oleh konsumen sesuai dengan harapan dan keinginan mereka. Tercapainya kepuasan konsumen dapat memberikan banyak manfaat, diantaranya hubungan *coffee shop* dengan para konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, sehingga hal ini mampu menciptakan rekomendasi dari mulut ke mulut (*mouth to moutuh*) yang menguntungkan bagi *Coffee Shop* sendiri.

Agar keberlangsungan *coffee shop* tetap terjaga, pihak *coffee shop* harus terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan agar dapat memberikan kepuasan maksimum bagi konsumen. Sebuah penelitian mengenai tingkat kepuasan konsumen

sangat penting dilakukan untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja dalam *coffee shop* yang belum memuaskan. Kepuasan konsumen sangat berkaitan dengan tingkat loyalitas konsumen. Penelitian mengenai loyalitas juga sangat penting dilakukan karena dengan meneliti loyalitas konsumen secara tepat dapat menemukan sebuah strategi *coffee shop* yang ada di Kota Jambi untuk keberlangsungan usaha yang dijalankan. Konsumen yang sangat loyal terhadap *coffee shop* tidak akan berpindah ke tempat lain dan melanjutkan pembelian berulang di *coffee shop* tersebut walaupun dihadapkan pada banyak alternatif merek produk atau jasa pesaing. Pembelian yang berulang yang dilakukan secara terus menerus akan meningkatkan penjualan *coffee shop*. Dengan demikian dapat meningkatkan laba perusahaan, sehingga dapat bertahan dalam persaingan usaha *coffee shop* yang ada di Kota Jambi.

Banyak faktor yang mempengaruhi keberlangsungan sebuah usaha, salah satu yang menjadi faktor yang mempengaruhi keberlangsungan dan posisi usaha dalam persaingan adalah konsumen. Setiap konsumen memiliki kepuasan yang berbeda terhadap kualitas produk *coffee shop*. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk mengetahui keinginan konsumen. Maka pelaku usaha juga perlu mengetahui karakteristik dan perilaku konsumen sehingga pelaku usaha dapat mengetahui segmen pasar dan strategi pemasaran yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Untuk mendapatkan kepuasan konsumen yang baik pihak *coffee shop* memperhatikan sistem bauran pemasaran yang baik agar mendapatkan kepuasan yang baik. Bauran sendiri memiliki konsep yang sering di sebut sebagai 7p yaitu produk(*products*), harga(*price*), tempat(*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*),proses (*process*), tampilan fisik (*physical evidence*).

Pelaku usaha yang terjun kedalam bisnis makanan tentu telah menyadari kualitas seperti yang diharapkan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan tentu sangat mempengaruhi keputusan pelanggan dalam menentukan kunjungan *coffee shop* yang mereka kunjungi. Namun demikian, masalah harga yang ditawarkan oleh pihak *coffee shop* juga mempengaruhi terhadap pelanggan. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan menjadi hal yang paling penting yang harus diperhatikan oleh pihak *coffee shop* di setiap situasi. Apabila pelayanan yang diberikan melebihi batas atau situasi dengan harapan, maka diharapkan pelanggan akan puas dan melakukan kunjungan kembali pada *Coffee Shop* tersebut. Namun sebaliknya, apabila mereka tidak puas maka mereka beralih ke *Coffee Shop* lainnya. Untuk itu perlu dilakukan identifikasi atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sangat penting dilakukan. Dalam rangka membangun kepuasan konsumen *coffee shop* di Kota Jambi. Menurut penjelasan yang telah dijelaskan penulis diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Kinerja dan Kepuasan Konsumen Pada *Coffee Shop* di Kota Jambi”**

1.2 Rumusan Masalah

Komoditi dari subsektor perkebunan yang memiliki potensi yang sangat baik dan memiliki nilai jual yang cukup tinggi untuk dikembangkan adalah kopi. Meningkatnya industri di sektor hulu harus di seimbangi dengan perkembangan sektor hilir. Terjadinya peningkatan sektor hilir ini muncul akibat adanya cara untuk mengakomodir seluruh perusahaan kopi yang terus meningkat tiap tahun nya terciptanya tempat untuk memproduksi produk akhir dari kopi. Potensi yang baik ini menjadikan kopi salah satu agroindustri yang digemari masyarakat di berbagai kalangan yang ada untuk saat ini

Setiap usaha memiliki bahan utama tersendiri dalam menjalankan usahanya. Namun ada salah satu usaha yang menggunakan kopi sebagai bahan utamanya, usaha ini dinamakan *Coffee Shop*. *Coffee shop* dikategorikan kedalam jenis usaha restaurant yang informal, akan tetapi karena perkembangannya kebutuhan pelanggan yang sangat kompleks dan bervariasi, perkembangan *coffee shop* seperti sekarang ini yaitu suatu jenis usaha informal yang menyediakan beberapa makanan ringan, minuman dan menyediakan tempat untuk bersantai yang berlokasi di berbagai sudut kota yang ada seperti Ruko, Rumah hingga Tanah Kosong dengan system sewa. Konsep tersebut sudah berbeda dengan *coffee shop* yang dahulu mempunyai tujuan utama untuk menjual kopi saja dan bisa dibilang *coffee shop* sekarang hampir sama konsep dengan restaurant. Perkembangan yang signifikan antar *coffee shop* yang berada di Kota Jambi, membuat persaingan antara *coffee shop* meningkat pula, maka dari itu berbagai *coffee shop* di Kota Jambi membuat ciri khas masing-masing *coffee shop* mereka agar dapat dikenal muda oleh masyarakat.

Perkembangan jumlah penduduk Kota Jambi dan meningkatnya jumlah konsumsi kopi di Kota Jambi, membuat sebuah peluang usaha yang sangat baik untuk membuka *coffee shop*. Proses pembuatan kopi dapat menggunakan mesin atau manual *brewing*. Penggunaan mesin tentunya menghasilkan jenis olahan kopi yang disebut Espresso. Sedangkan untuk menggunakan manual *brewing* yang memiliki berbagai teknik pembuatan seperti teknik *v60*, *french press*, *vietnam drip*. Usaha *Coffee shop* yang mempunyai berbagai jenis olahan kopi seperti eskopi susu, capucinno, latte, dan espresso. Produk ini membuat olahan akhir dari kopi yang sangat diminati hingga menjadikan produk olahan kopi ini sangat digemari oleh konsumen yang akhirnya dijual secara

kemasan maupun melalui *coffee shop* yang ada di Kota Jambi. Adanya variasi ini membuat konsumen memiliki banyak pilihan dalam memilih menu yang ada dalam usaha *coffee shop* ini.

Usaha *coffee shop* yang ada di Kota Jambi tidak selalu mendapatkan keuntungan yang besar, ada beberapa *coffee shop* yang tutup karena kalah bersaing dengan *coffee shop* yang menawarkan fasilitas dan variasi menu yang lebih baik dan lebih banyak dibandingkan dengan *coffee shop* tersebut. Terjadinya ini dikarenakan *coffee shop* tidak mengetahui berbagai tingkat kepuasan konsumen pada kontribusi bauran pemasaran dalam memilih *coffee shop*.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah karakteristik konsumen pada *coffee shop* di Kota Jambi?
2. Bagaimanakah tingkat kepuasan konsumen pada *coffee shop* di Kota Jambi?
3. Bagaimanakah kinerja pada *coffee shop* di Kota Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengkaji karakteristik konsumen *coffee shop* di Kota Kota Jambi
2. Untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen dalam memilih *coffee shop* di Kota Jambi
3. Untuk menganalisis Kinerja *coffee shop* di Kota Jambi

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Sebagai salah satu guna memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Jambi

Sebagai salah satu dan pertimbangan kebijakan terkait dengan kepuasan konsumen dan *coffee shop*.