

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia termasuk dalam Negara penghasil dan eksportir kopi di dunia. Negara Indonesia terkenal mempunyai beberapa jenis kopi, khusus seperti kopi luwak dan kopi mandailing. Adapun tiga jenis kopi di Indonesia yakni Arabika, Liberika dan Robusta. Jenis-jenis kopi tersebut mempunyai masing-masing identitas sendiri seperti cita rasa yang khas, bentuk hingga proses pengolahan. Di Indonesia budidaya kopi dikembangkan sudah hampir tiga abad. Pertama kalinya budidaya kopi masuk ke pulau Jawa pada zaman Hindia Belanda pada tahun 1996. Komoditas kopi ialah komoditas unggul yang dikembangkan disektor perkebunan di Indonesia. Selain itu kopi sebagai sumber mata pencarian petani di Indonesia. (Rahardjo dalam Praza,2017). Di dunia, Negara Indonesia merupakan Negara yang menduduki peringkat keenam dengan konsumsi kopi terbesar.

Perkembangan zaman membuat kopi berkembang dengan pesat sampai menjadi salah satu minuman yang banyak diminati dan populer di dunia. Jumlah ekspor kopi di Indonesia pada tahun 2020 mencapai 218,1 ribu ton, dimana mengalami kenaikan sebesar 6,58 persen dibanding ditahun 2019. Sedangkan jumlah impor mengalami kenaikan sebesar 110 persen dalam kurun waktu 10 tahun terakhir, hal ini dapat dilihat pada (Lampiran 1). Tingkat konsumsi kopi di dunia juga semakin meningkat termasuk di Indonesia. Kopi mempunyai banyak manfaat seperti bisa mengurangi resiko penyakit diabetes, kanker, batu empedu dan berbagai penyakit jantung.

Kopi adalah salah satu bahan minuman yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia maupun dunia. Hal ini dikarenakan kopi memiliki aroma dan rasa yang khas yang tidak dimiliki oleh bahan minuman lainnya. Kebiasaan minum kopi di pagi hari sangat sering terdengar, namun pada saat ini bukan hanya di pagi hari saja melainkan pada pagi, siang, sore dan malam hari. Hal ini menjadikan minum kopi sebagai trend baru yang melekat pada masyarakat yang akhirnya dapat meningkatkan konsumsi kopi di Indonesia.

Tabel 1. Perkembangan Konsumsi Kopi di Indonesia tahun 2016-2021

Tahun	Konsumsi Kopi Nasional/Ton	Pertumbuhan %
2016	249.824	
2017	276.167	10,54
2018	314.365	13,83
2019	335.540	6,74
2020	353.885	5,47
2021	369.886	4,52
Rata-rata Pertumbuhan		8,22%

Sumber : Badan Pusat Statistik 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021

Berdasarkan pada tabel 1 diatas dapat dilihat perkembangan konsumsi kopi di Indonesia terus meningkat perkembangannya, konsumsi kopi nasional pada 2016 mencapai sekitar 250 ribu ton dan tumbuh 10,54 menjadi 276 ribu ton. Rata-rata pertumbuhan konsumsi kopi dari tahun 2016 sampai pda 2021 adalah 8,22%. Meningkatnya konsumsi kopi terjadi seiring dengan meningkatnya taraf hidup dan pergeseran 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 hingga yang tua, karena kopi mampu dioleh berbagai macam produk minuman ataupun yang lainnya. Kopi merupakan minuman hasil seduhan biji kopi yang telah di sangria dan dihaluskan menjadi bubuk kopi. Terdapat berbagai macam jenis olahan kopi seperti minuman kopi, bubuk kopi, parfum kopi dan lain sebagainya.

Kopi sendiri banyak dihasilkan dari beberapa Provinsi di Indonesia, salah satunya Provinsi penghasil kopi di Indonesia ialah Provinsi Jambi. Kopi merupakan tanaman yang berhasil tumbuh di beberapa kabupaten di wilayah Provinsi Jambi seperti Kabupaten Kerinci hingga Kabupaten Tanjung Jabung. Dari berbagai jenis kopi yang ada, ada 3 jenis kopi yang tumbuh dan berkembang di Provinsi Jambi ialah Kopi Liberika, Kopi Robusta dan Kopi Arabika. Kopi menjadi komoditas perkebunan yang bernilai ekonomis dibandingkan tanaman perkebunan yang ada. Kopi berfungsi penting untuk sumber penghasil devisa Negara. Komoditas kopi sendiri menjadi komoditas unggul di Provinsi Jambi.

Kota Jambi merupakan pusat wilayah serta Ibu Kota Provinsi Jambi yang berpeluang cukup baik untuk pengusaha dalam berbisnis *coffee shop*, hal ini dikarenakan 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 menghabiskan waktu 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 memiliki jumlah *coffee shop* yang sangat banyak dan terus bertambah, hal menimbulkan persaingan bisnis *coffee shop* menjadi cukup ketat, sehingga produsen di haruskan terus berinovasi agar produsen dapat bertahan dan juga berkembang dalam menjalankan bisnis *coffee shop*, salah satu caranya ialah harus mengerti, memahami dan mengetahui perilaku konsumen. Kota Jambi memiliki banyak jenis pilihan *coffee shop* dengan keunggulan dan karakteristik yang berbeda dan produk yang ditawarkan menyebabkan konsumen bisa memilih merek yang disesuaikan dengan keinginannya. Melihat begitu banyak *coffee shop* yang berkembang, hal ini menuntut para pebisnis tidak hanya mampu menjual produknya, tetapi juga harus bisa berinovasi, kreatif dan juga mengetahui kebutuhan konsumen untuk bersaing dengan pebisnis lainnya agar bisnisnya dapat berkembang.

Kedai Xyz merupakan *coffee shop* yang terdapat di Kota Jambi, beralamat di Jalan Karya Maju, Telanai Pura Kota Jambi. *Coffee shop* ini merupakan salah satu tujuan kuliner masyarakat Kota Jambi yang didirikan oleh Deni Ichan sejak tahun Januari 2014 hingga mampu bertahan sampai kini ditengah banyaknya *coffee shop* baru yang muncul. *Coffee shop* ini beroperasi jam 09.00-22.00. Rata-rata per harinya *coffee shop* ini menghabiskan sekitar 20 hingga 50 gelas. Sekarang ini, kebiasaan meminum kopi ialah sebuah *trend* baru yang ada diberbagai golongan masyarakat khususnya anak muda. Naiknya kopi menyebabkan timbulnya bermacam-macam merek, *cafe*, dan *coffee shop* diberbagai daerah terutama di Kedai Xyz. Banyaknya jumlah *coffee shop* menyebabkan persaingan bisnis antar *coffee shop* di Kota Jambi semakin ketat sehingga berdampak kepada penjualan yang semakin menurun di

Kedai Xyz. Kopi sebagai bagian dari gaya hidup dengan banyak kedai kopi dan inovasi ketika membuat kopi, sehingga menciptakan begitu banyak nikmat kopi.

Adapun yang menjadi visi kedai Xyz yaitu menyediakan kopi lokal dengan kualitas baik dan harga terjangkau yang diiringi edukasi terhadap konsumen tentang kopi. Visi tersebut dapat dilihat dari beragam dan berkualitasnya biji kopi yang dipakai, dimana berasal dari petani lokal di Kerinci. Namun tidak menutup kemungkinan ada yang asalnya dari luar daerah contohnya kopi Wamena, Aceh Gayo, Flores Bajawa, Jawa dan lain sebagainya. Adapun kopi yang paling dominan digunakan adalah kopi lokal yaitu dari Kerinci, dimana kedai Xyz telah bekerja sama dengan petani lokal yang ada di Kerinci.

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 melanjutkan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi.

Koffiekopi merupakan *coffee shop* yang cukup ternama di Kota Jambi dapat dilihat dari rating yang diberikan oleh para pengguna aplikasi Gojek di laman rating pada aplikasi Gojek.

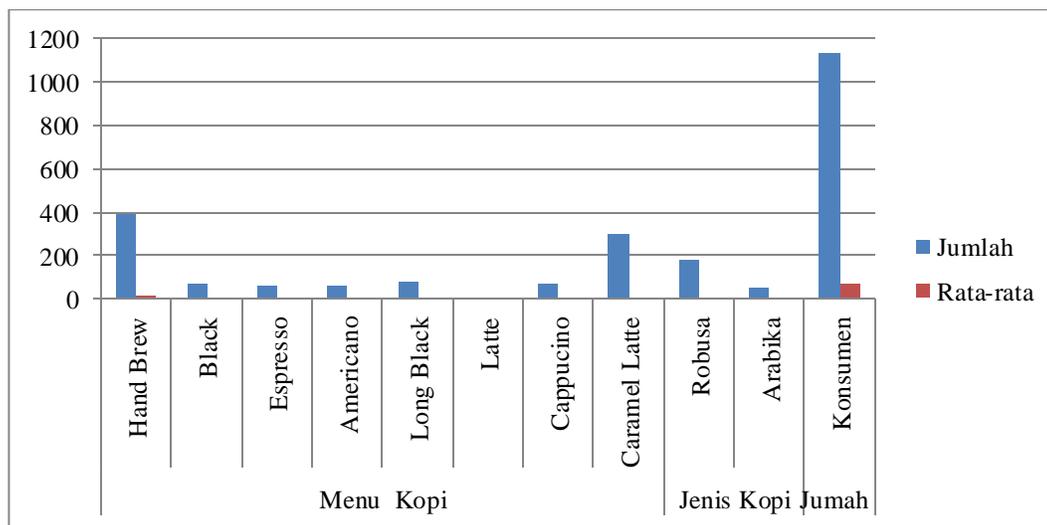
Tabel 2. Daftar *Coffee shop, Coffee & Eatery*, Restoran

No.	Nama Tempat	Rating
1	Koffiekopi	4,8
2	Rumah Kaca Coffee & Eatery	4,8
3	Foresthree Coffee & Kitchen	4,8
4	Excelso Coffee	4,8
5	Cr Seven Coffee & Bar	4,8
6	Goresan Coffee & Eatery	4,8
7	Kopi Soe	4,8
8	Kopi Kenangan	4,8
9	Kopi Ketje	4,8
10	Kopi Lain hati	4,8
11	Starbucks	4,7
12	Point Coffee	4,7
13	Kopi Janji Jiwa	4,7

14	Dine & Chat	4,7
15	Simon & Sons	4,6

Sumber : Hasil Rating cafe oleh konsumen pada aplikasi Gojek

Pada tabel 2 diatas, dapat dilihat bahwa kedai kopi Koffiekopi merupakan kedai kopi yang mempunyai rating yang tinggi pada aplikasi Gojek, setara dengan beberapa *coffie shop* yang ada di Kota Jambi. Pada peneitian ini penulis juga melampirkan data penjualan. Adapun data penjualan kedai Koffiekopi selama bulan Juni 2023 dapat dilihat pada diagram berikut ini.



Gambar 1. Data Penjualan Kedai Xyz pada Bulan Juni 2022

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2022

Berdasarkan gambar diagram diatas dapat dilihat bahwa jumlah konsumen sebanyak 1.133 konsumen pada bulan juni 2022, dimana menu kopi *hand brew* dan *caramel latte* merupakan menu kopi yang sering di pesan oleh konsumen. Adapun jumlah konsumen pada menu kopi *hand brew* sebesar 396 dan *caramel latte* sebesar 297 konsumen pada bulan Februari. Adapun menu kopi yang paling sedikit di pesan konsumen adalah menu kopi *latte* sebanyak 90 konsumen pada bulan Juni. Jenis kopi yang paling banyak digunakan yaitu jenis kopi robusta sebesar 185 kg dan yang jarang digunakan yaitu jenis kopi arabika sebesar 56 kg. Adapun jenis kopi robusta yang sering digunakan untuk menu kopi berasal dari daerah Kerinci karena kedai

Koffiekopi hanya menggunakan jenis kopi yang berasal dari daerah tersebut, karena kedai tersebut telah bekerjasama dengan petani lokal Kerinci tersebut sehingga dapat meningkatkan pendapatan petani lokal dan memperkenalkan produk kopi lokal ke masyarakat yang ada di Kota Jambi. Sedangkan untuk jenis kopi arabika sebesar 56 kg, adapun jenis kopi tersebut berasal dari dua daerah yaitu dari daerah Jawa dan Kerinci. Untuk jenis kopi arabika ini dilakukan sistem rolling setiap minggu, dimana untuk satu minggu kopi arabika yang berasal dari Jawa, dan untuk satu minggu berikutnya yang berasal dari Kerinci begitupun seterusnya. Namun yang paling banyak di pesan oleh konsumen yaitu jenis kopi arabika yang berasal dari Kerinci.

Kedai kopi Xyz tersebut tidak hanya menjual kopi untuk konsumen yang meminum kopi di kedai tersebut, tetapi kedai Xyz juga menjual berupa biji kopi di beberapa kedai kopi yang ada di kota Jambi dengan harga biji kopi robusta sebesar Rp.150.000 dan harga biji kopi arabika Rp.400.000. Berikut ini data jumlah kopi arabika dan robusta Kerinci yang diperjualkan oleh kedai kopi Xyz dan digunakan oleh beberapa kedai kopi yang ada di Kota Jambi.

Tabel 2. Data jumlah penjualan kopi arabika dan robusta Kerinci oleh kedai kopi Xyz bulan Juni 2023

Kedai Kopi	Jenis Kopi			
	Robusta	Persentase %	Arabika	Persentase %
Teras mendalo	15	6.15	2	12.5
Karena	60	24.59	3	18.75
Tentang kopi	20	8.20	1	6.25
Park	15	6.15	1	6.25
VF	30	12.30	1	6.25
Local space	14	5.74	1	6.25
Hello sapa	30	12.30	4	25.00
Laterra	40	16.39	1	6.25
Rumah puti	20	8.20	2	12.5
Jumlah	244	100%	16	100%

Sumber: Data Penjualan Kedai Xyz , Juni 2023

Berdasarkan gambar diatas jumlah penjualan kopi robusta sebesar 244 kg lebih banyak dibandingkan dengan kopi arabika sebesar 16 kg. Menunjukkan bahwa kopi robusta dari Kerinci lebih banyak di konsumsi oleh konsumen yang ada di Kota

Jambi dibandingkan dengan kopi arabika dari Kerinci. Selanjutnya, kopi robusta merupakan jenis kopi yang lebih cocok untuk menu yang banyak menggunakan bahan campuran di dalamnya seperti *latte*, *cappuccino*, *caramel latte* yang banyak peminatnya dibandingkan dengan kopi arabika yang merupakan jenis kopi yang tidak banyak menggunakan bahan campuran seperti *espresso*, *Americano*, dan *long black* karena cita rasanya yang manis dan ringan dengan aroma yang khas, sehingga jika dicampurkan dengan bahan minuman yang lainnya seperti susu, sirup cita rasa tersebut akan hilang. Berikut ini data jumlah pembelian kopi robusta dan arabika dari petani lokal Kerinci.

Tabel 3. Data jumlah pembelian kopi arabika dan robusta pada kedai Xyz pada tahun 2022

Bulan	Jenis Kopi					
	Robusta (Kerinci)	Persentase %	Arabika (Kerinci)	Persentase %	Arabika (Jawa)	Persentase %
Januari	300	8.22	20	9.85	2	11.76
Februari	350	9.59	18	8.87	2	11.76
Maret	300	8.22	25	12.32	1	5.88
April	250	6.85	16	7.88	2	11.76
Mei	300	8.22	19	9.36	1	5.88
Juni	300	8.22	15	7.39	1	5.88
Juli	250	6.85	20	9.85	1	5.88
Agustus	350	9.59	15	7.39	1	5.88
September	350	9.59	17	8.37	1	5.88
Oktober	300	8.22	10	4.93	1	5.88
November	300	8.22	13	6.40	2	11.76
Desember	300	8.22	15	7.39	2	11.76
Jumlah	3650	100	203	100	17	100

Sumber: Data Pembelian Kedai Xyz, 2022

Berdasarkan tabel diatas jenis kopi robusta merupakan biji kopi yang paling banyak di beli oleh kedai Xyz sebesar 3.650 kg dibandingkan dengan jenis kopi arabika sebesar 203 kg dan kopi arabika dari Jawa sebesar 17 kg. Kedai Xyz membeli biji kopi kepada petani Kerinci dalam jenis *green bean* atau dalam kondisi biji kopi yang masih mentah, kemudian kedai Xyz melakukan proses *roasting* atau pemasakan untuk kemudian dijual ke kedai-kedai kopi yang ada di Kota Jambi. Kemudian, biji kopi arabika yang berasal dari Jawa merupakan jenis kopi yang telah di *roasting*.

Pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa kedai Xyz lebih banyak menggunakan kopi yang berasal dari petani lokal Kerinci dibandingkan dari luar Kota Jambi. Sehingga dapat meningkatkan pendapatan petani lokal itu sendiri.

Terkait banyaknya bisnis *coffee shop* mengharuskan kedai XYZ di Kota Jambi berusaha terlihat beda sehingga mampu menarik minat konsumen untuk selalu mengunjungi dan menjaga kelangsungan usaha tersebut dan supaya pengunjung tetap memilih setia kepada usaha yang sedang kita jalankan. Tidak dapat dipungkiri, keadaan ini yang menyebabkan persaingan bisnis semakin meningkat. Oleh karena itu pemilik Kedai XYZ di Kota Jambi diharuskan mengetahui faktor yang perlu diketahui agar mampu mempertahankan para konsumen mereka. 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 melanjutkan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi.

Terdapat berbagai macam faktor yang mempengaruhi alasan mengapa seseorang memberi suatu produk tertentu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Ada tiga faktor yang mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan yaitu faktor psikologis, faktor situasional, dan faktor sosial. Faktor psikologis yang ada pada diri seseorang sebagian menetapkan perilaku orang tersebut sehingga mempengaruhi perilakunya sebagai konsumen. Faktor psikologis memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. pemahaman, pengetahuan serta keyakinan merek terhadap produk, sehingga konsumen termotivasi untuk tetap setia kepada produk tersebut. Faktor situasional merupakan keadaan atau kondisi eksternal yang ada ketika konsumen membuat keputusan pembelian. Pengaruh situasional adalah faktor personal dan lingkungan sementara yang muncul pada saat aktivitas konsumen. Perilaku konsumen juga akan dipengaruhi oleh masyarakat atau faktor sosial yang

melingkarinya karena manusia hidup di tengah-tengah masyarakat, tentu akan dipengaruhi masyarakat dimana dia hidup. Faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Adanya pengaruh faktor sosial ini karena kelompok-kelompok sosial dimasyarakat cenderung mempunyai nilai, minat dan perilaku yang serupa. Sehingga cenderung merekomendasikan dan mereferensikan mengenai kebiasaan dan kegemaran yang mereka suka terhadap suatu produk. Untuk bisa bertahan menjalankan bisnis *coffee shop*, dari beberapa faktor-faktor diatas diharapkan kepada kedai Xyz memiliki pilihan untuk mengatasi harga barang, kualitas barang dengan tujuan akhir untuk memenuhi konsumen dalam menentukan pilihan pembeli. Berdasarkan gambaran yang dipaparkan di atas, maka penulis menjadikan dasar untuk mengkaji mengenai **“Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Minuman Kopi Pada Kedai Xyz di Kota Jambi”**.

1.2. Rumusan Masalah

Kopi menjadi salah satu komoditas perkebunan dengan nilai finansial yang cukup besar diantara tanaman perkebunan yang lain dan berkapasitas signifikan sebagai sumber penghasilan bagi devisa negara. Di Indonesia, kopi digunakan sebagai minuman, makanan, kosmetik dan lainnya untuk menghasilkan nilai tambah kopi yang lebih baik. Hal tersebut menjadi penyebab konsumsi kopi di Indonesia meningkat, sehingga menjadikan kopi sebagai salah satu produk agroindustri yang digemari masyarakat. Salah satunya adalah *coffee shop*.

Persaingan bisnis kedai kopi di era globalisasi ini semakin ketat. Usaha kedai kopi di Kota Jambi dipandang sebagai ladang bisnis yang menguntungkan. Pengusaha bisnis khususnya kedai Xyz juga tentunya memiliki tujuan untuk melakukan bisnisnya, yaitu kalangan anak muda yang dipandang berpotensi sebagai investasi usaha jangka panjang. Kedai Xyz merupakan kedai kopi yang menyediakan menu utamanya adalah kopi. Dengan menyediakan layanan produk pengelolaan kopi, hingga makanan ringan sebagai teman meminum kopi. Kedai Xyz kini menjadi salah satu tujuan bagi kalangan anak muda untuk mengunjungi sekedar meminum kopi juga menikmati suasana yang ada di *coffee shop* tersebut.

Cara hidup yang berkembang dikalangan anak muda saat ini membuat para pembisnis mengambil berbagai cara agar bisnis mereka bisa menonjol. Oleh karena itu, *coffee shop* yang terletak di Kota Jambi ini berlomba-lomba untuk memberikan berbagai macam barang dan desain interior *cafe* supaya dianggap pembeli lebih bernilai. Gaya hidup mengakibatkan kegunaan kedai kopi bukan hanya untuk minum kopi saja, tetapi juga untuk melakukan pertemuan, menyelesaikan tugas, tempat untuk bersantai, berdiskusi dengan teman dan lain-lain.

Strategi yang dilakukan Xyz untuk menarik minat konsumen adalah dengan menawarkan berbagai macam olahan produk kopi hingga hidangan makanan dengan bahan-bahan yang berkualitas. Dengan lokasi yang strategis dan dengan rasa yang berkualitas menjadikan Xyz dikenal banyak orang sebagai *coffee shop* yang menyajikan produk olahan kopi terbaik.

Dalam melakukan proses pembelian untuk melakukan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor yang mempengaruhi untuk membeli minuman kopi. Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengkonsumsi dan membeli minuman kopi terdiri dari faktor psikologis, situasional, dan sosial.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Meng gambaran umum mengenai pembelian minuman kopi pada Kedai Xyz di Kota Jambi?
2. Apakah faktor psikologis, situasional, dan sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman kopi pada Kedai Xyz di Kota Jambi?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasar pada persoalan yang ada, maka tujuan penelitian ialah:

1. Untuk mengetahui gambaran umum konsumen pada Kedai Xyz di Kota Jambi.
2. Untuk mengetahui faktor psikologis, situasional, dan sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman kopi pada Kedai Xyz di Kota Jambi.

1.4. Manfaat Penelitian

Berikut manfaat dilakukan penelitian, yaitu:

1. Sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana di Fakultas Pertanian di Universitas Jambi.
2. Pengembang pengetahuan serta keterampilan terhadap persoalan masalah yang mempengaruhi pembelian konsumen yang dihadapi oleh pelaku usaha Kedai Xyz di Kota Jambi.