

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sebagai negara pertanian, pertumbuhan ekonomi nasional Indonesia dipengaruhi oleh pertumbuhan sektor pertanian dimana peran sektor pertanian mengalami peningkatan positif dibandingkan beberapa sektor lainnya. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2017, sektor pertanian berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia hingga 13,6%.

Perkebunan merupakan salah satu subsektor pertanian yang memegang peranan penting dalam perekonomian nasional. Berdasarkan berita resmi BPS selama periode 2012-2016, dapat diketahui bahwa pertumbuhan tinggi sektor pertanian didorong oleh pertumbuhan subsektor tanaman perkebunan yang mencapai 27,24%, disusul subsektor pangan dan perikanan yang masing-masing tumbuh sebesar 25,59% dan 17,50% (Deptan 2016).

Di Indonesia, kopi menjadi komoditas perkebunan yang sangat digemari oleh penduduk. Hal tersebut dapat dilihat dari peningkatan konsumsi kopi di Indonesia secara keseluruhan. Berdasarkan informasi yang didapat dari *ICO Coffee Statistics* dan Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI), secara keseluruhan, konsumsi kopi di dalam negeri mengalami peningkatan yang signifikan. Sebagian besar kopi yang dikonsumsi oleh masyarakat adalah kopi yang telah diolah dan siap untuk dikonsumsi. Kopi olahan dapat berupa kopi dalam kemasan, kopi dalam gelas plastik, dan produk olahan kopi lainnya. Peningkatan jumlah konsumsi kopi dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1
Peningkatan Jumlah Konsumsi Kopi

	Tahun	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Kebutuhan Kopi (Kilogram)	Konsumsi Kopi (Kilogram/Kapita/ Tahun)
1	2010	237.000.000	190.000.000	0.80
2	2011	241.000.000	210.000.000	0.87
3	2012	245.000.000	230.000.000	0.94
4	2013	249.000.000	250.000.000	1.00
5	2014	253.000.000	260.000.000	1.03
6	2015	257.000.000	280.000.000	1.09
7	2016	260.000.000	300.000.000	1.15

Sumber : AEKI (Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia) Tahun 2016

Dari Tabel tersebut menunjukkan bahwa konsumsi kopi didalam negeri merupakan pasar yang menarik bagi kalangan pengusaha. Tidak dipungkiri persaingan bisnis berbahan dasar kopi sangat diminati. Hal ini dipandang sebagai peluang bisnis oleh para pelaku usaha sekaligus menunjukkan adanya kondisi yang kondusif dalam berinvestasi di industri kopi, hingga saat ini banyak kedai kopi yang bermunculan, tak terkecuali disekitar area Universitas Trunojoyo Madura (UTM) yang terletak di Kabupaten Bangkalan. Investasi pada industri kopi yang menarik pelaku usaha dan dinilai sebagai peluang bisnis yang baik yaitu dengan mendirikan usaha warung kopi.

Dewasa ini warung kopi disekitar UTM semakin menjamur di setiap sudut jalan. Daerah disekitar UTM merupakan salah satu daerah yang memiliki peluang yang strategis bagi pelaku usaha untuk menjalankan bisnis, karena tidak hanya warga sekitar namun bertambahnya jumlah mahasiswa setiap tahun menjadikan peluang usaha warung kopi lebih terjamin. Berdasarkan data BAAKPSI UTM dari lima tahun terakhir jumlah mahasiswa aktif sebanyak 13.789 mahasiswa.

Setiap pemilik warung kopi atau pelaku usaha seharusnya senantiasa melakukan riset dan pengembangan agar selalu di jalur yang nyaman dalam perkembangannya. Selain itu perlu diciptakan terobosan dan inovasi strategis guna terus meningkatkan atribut produk, pendapatan dan keuntungan usaha baik

secara kuantitatif maupun kualitatif. Seiring dengan semakin banyak bermunculan usaha warung kopi di area UTM yang bersaing untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka yang perlu diperhatikan mereka adalah bagaimana menciptakan keunikan dari produk dan jasa yang ditawarkan, serta dapat memberikan kepuasan kepada para konsumennya. Apabila kepuasan konsumen telah terpenuhi maka terjadilah suatu transaksi yang berulang-ulang secara terus menerus atau minat beli ulang, di mana konsumen merasa adanya *value* dari sebuah harga yang harus dibayarkan. Hal ini merupakan suatu strategi yang dapat dilakukan warung kopi agar dapat menguasai pasar, sehingga dapat mempertahankan konsumen dan memperoleh keuntungan yang meningkat.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik konsumen warung Shelter Kopi?
2. Bagaimana atribut dan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk warung Shelter Kopi?

1.3. Tujuan Penelitian

Merujuk dari permasalahan di atas, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis karakteristik konsumen warung Shelter Kopi
2. Menganalisis atribut dan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk warung Shelter Kopi

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk:

1. Perusahaan, sebagai bahan masukan dalam meningkatkan performa untuk tetap mempertahankan konsumen agar senantiasa loyal kepada perusahaan
2. Peneliti, untuk membandingkan teori yang telah diperoleh semasa kuliah dengan realisasi di dunia nyata
3. Kalangan akademis, sebagai data dasar bagi para peneliti dibidangnya, dalam pengembangan IPTEK
4. Masyarakat umum, yang ingin menambah pengetahuan mengenai kepuasan konsumen

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan informasi mengenai karakteristik konsumen dan menganalisis tingkat kepuasan relatif terhadap produk yang ditawarkan oleh Warung Kopi yang diharapkan dapat meningkatkan performa perusahaan untuk dapat mempertahankan loyalitas konsumen. Berdasarkan keterbatasan waktu dan biaya, penelitian ini hanya dilakukan di area UTM, Desa Telang sedangkan analisis di daerah lain tidak tercakup dalam penelitian