

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM ialah salah satu penggerak bagi pertumbuhan dan pembangunan ekonomi akan suatu Negara. Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM di Indonesia diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk menanggulangi masalah perekonomian masyarakat, sehingga dapat mengurangi tingkat kemiskinan yang ada. Melalui UMKM masyarakat dapat menambah jumlah pendapatan dan membuka lapangan pekerjaan dan mengurangi jumlah pengangguran. Hal ini dapat ditunjukkan dengan data dari BPS (2016) bahwa perkembangan tingkat pengangguran di Jawa Timur pada tahun 2013 sebesar 4,30% dan mengalami penurunan sebesar 4,19% pada tahun 2014.

Pada era globalisasi saat ini pertumbuhan ekonomi yang sangat cepat mendorong banyak UMKM untuk berkompetisi dalam aktivitas pemasaran produk dan jasa. Kegiatan pemasaran mempunyai peranan yang penting dalam kegiatan usaha, sehingga dapat menyampaikan produk dan jasa tersebut sampai ke tangan konsumen serta dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menghasilkan keuntungan agar dapat mencapai akan tujuan dari suatu usaha UMKM. Pelaku usaha dalam setiap kategori dituntut untuk mempunyai wawasan dan mampu menghadapi dengan adanya perubahan yang terjadi.

Laju pertumbuhan sektor UMKM tersebut dari tahun ke tahun mengalami peningkatan di Indonesia, sedangkan pada provinsi Jawa Timur pertumbuhan UMKM juga mengalami peningkatan. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan tabel 1.1 dan 1.2 di bawah ini:

Tabel 1.1
Pertumbuhan UMKM di Indonesia Tahun (2009 – 2013)

No.	Tahun	Jumlah UMKM
1.	2009	52.764.603
2.	2010	53.823.732
3.	2011	55.206.444
4.	2012	56.534.592
5.	2013	57.895.721

Sumber : Sumbangan PDB UMKM, 2013

Tabel 1.2
Pertumbuhan UMKM di Jawa Timur

No.	UMKM	2012	2013	2014	2015
1.	Usaha Kecil dan Kerajinan Rumah Tangga	779.090	785.906	789.837	790.991
2.	Usaha Menengah	16.987	16.484	16.566	19.146

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur, 2016

Pada saat ini UMKM dalam bidang minuman kopi mudah ditemukan di berbagai wilayah yang mudah dijangkau oleh masyarakat. Menurut Widodo (2014) bisnis kedai kopi di Indonesia mulai menjamur sejak masuknya kedai kopi asal Seattle, Amerika yakni Starbucks. Kemunculan Starbucks mampu mempengaruhi hal baru, kini masyarakat dapat melihat franchisor lain, seperti The Espresso, J.CO Donuts and Coffe, The Coffe Bean dan lainnya ikut meramaikan pasar kedai kopi di Indonesia. Seakan terinspirasi dari hal tersebut, para pelaku usaha kedai kopi banyak yang bermunculan di Indonesia. Saat ini, meminum kopi di kedai kopi telah menjadi gaya hidup atau kebiasaan masyarakat Indonesia. Konsumen tidak hanya sekedar meminum kopi saja, akan tetapi di kedai kopi juga menjadi tujuan beberapa kegiatan tertentu, seperti tempat ajang bersosialisasi, bertemu dengan klien dan sebagai tempat belajar kalangan siswa maupun mahasiswa. Fungsi sebuah cafe dan kedai akan menciptakan fenomena budaya dan sosial baru dalam masyarakat sebagai akibat dari adanya perubahan perilaku konsumen. Tak terkecuali di Kabupaten Lamongan pun banyak berdiri UMKM di bidang minuman kopi.

Cafe Kopi tulis ialah satu usaha UMKM minuman kopi yang ada di Lamongan tempatnya sangat strategis berada di kota dan merupakan tempat yang terbuka baru berjalan hampir setahun. Di sini terdapat keunikan berbeda dengan yang lain, konsumen dapat memesan minuman late art sesuai tulisan yang diinginkan dengan suasana tempat terbuka, bahkan memandang langit dan bintang. Konsumen mengkonsumsi minuman kopi karna mereka pecinta kopi, mereka tertarik pada rasa, aroma, tampilan penyajian yang dihidangkan bahkan bisa juga karena hadirnya varian minuman kopi yang baru atau belum ada varian minuman kopi di tempat lain. Bahkan hadirnya tempat baru yang mereka belum pernah datang ketempat tersebut, membuat rasa penasaran sehingga konsumen

ingin pergi ke sana. Sehingga dilakukan penelitian tentang preferensi konsumen terhadap minuman kopi di cafe Kopi Tulis.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik konsumen yang membeli minuman kopi di cafe Kopi Tulis?
2. Atribut-atribut apa saja yang menjadi pertimbangan preferensi konsumen dalam membeli minuman di cafe Kopi Tulis?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui karakteristik konsumen yang membeli minuman kopi di café Kopi Tulis.
2. Menganalisis atribut-atribut apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli minuman kopi di cafe Kopi Tulis.