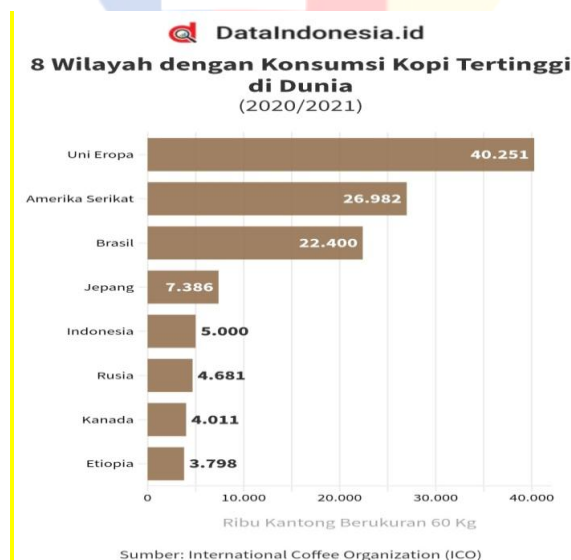


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

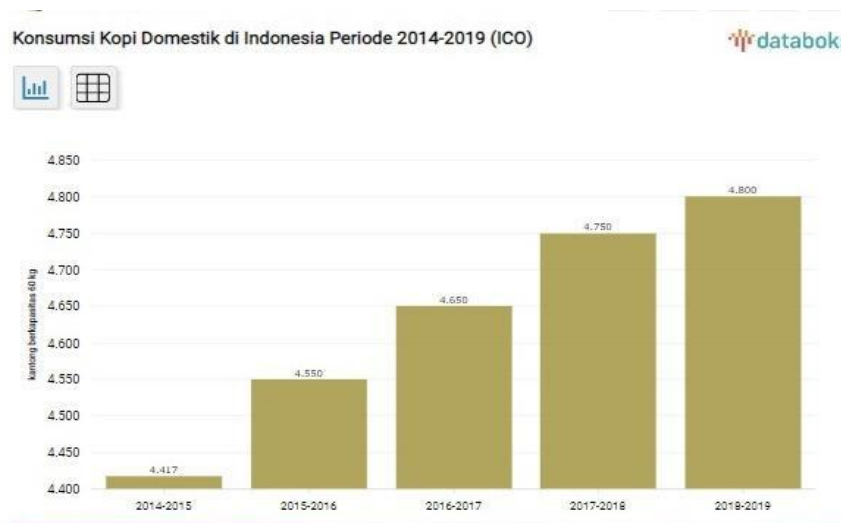
Sumber daya alam yang diproduksi Indonesia dalam jumlah besar termasuk perkebunan, salah satu sumber daya alam bangsa yang lebih terkenal. Bahkan pada masa dahulu wilayah Indonesia dijajah dikarenakan ingin mengambil rempah-rempah yang berasal dari perkebunan Indonesia. Karena Indonesia memiliki tanah yang subur di sebagian besar wilayahnya, maka dengan mudah dapat dibudidayakan berbagai tanaman, termasuk kopi. Dari gambar 1.1 dibawah, menampilkan data bahwa Indonesia sebagai Negara yang mayoritas masyarakatnya suka sekali mengkonsumsi kopi hingga menjadikan Indonesia sebagai salah satu konsumsi kopi terbesar di dunia, Dari seluruh dunia Indonesia berada pada urutan ke-lima. Masyarakat Indonesia sendiri mayoritas gemar mengkonsumsi kopi. Kopi biasanya di konsumsi pada Pagi hari sebelum masyarakat Indonesia memulai aktivitas, namun mengkonsumsi kopi belakangan ini sudah menjadi tren bagi masyarakat Indonesia baik anak muda, orang dewasa gemar mengkonsumsi Kopi.



Gambar 1.1 Jumlah Konsumsi Kopi Dunia

(Sumber : *dataindonesia.id*, 2022)

Dilihat dari gambar 1.1 diatas, dalam jumlah konsumsi kopi diseluruh dunia, diketahui bahwa Indonesia adalah Negara yang penduduknya sangat gemar mengkonsumsi kopi, dengan tingkat konsumsi kopi berada pada urutan terbesar kelima di dunia pada tahun 2020/2021 dengan konsumsi mencapai 5.000 kantong berukuran 60kg yang berarti 300.000kg. Dan diperkirakan bahwa kemungkinan besar angka jumlah konsumsi kopi dunia khususnya Indonesia akan terus mengalami peningkatan pada tiap tahunnya seiring dengan kopi yang semakin digemari dan konsumsi kopi menjadi tren.



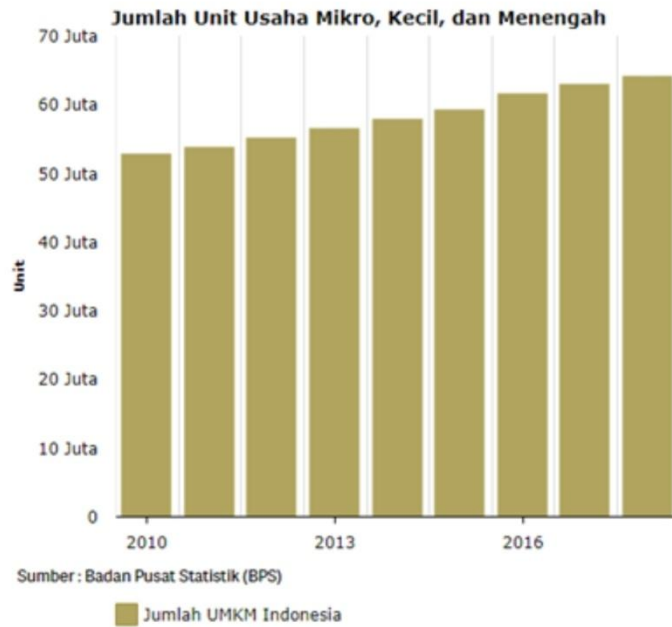
Gambar 1.2 Jumlah Konsumsi Kopi

(Sumber : *databoks.katadata.co.id*, 2020)

Setelah melihat data konsumsi kopi dalam 5 tahun yaitu 2014-2019 pada gambar 1.2 diatas, dapat dikatakan bahwa konsumsi kopi dalam masyarakat Indonesia terus meningkat dan semakin bertambah banyak orang yang mengkonsumsi kopi. Hal ini menyebabkan tingkat konsumsi kopi terus naik dan semakin banyak wirausahawan yang membuka usaha kopi mulai dari cafe yang menyediakan minuman kopi hingga kebun kopi untuk memenuhi kebutuhan kopi di Indonesia.

Perkembangan dalam bisnis di Indonesia masih terus mengalami pertumbuhan dan perkembangan dengan cepat, hal tersebut dibuktikan dengan munculnya berbagai macam bisnis dan perusahaan baru. Menurut (Kamaluddin & Rapanna, 2017, p. 5) bisnis merupakan sebuah badan usaha yang memiliki dan menjual

produk atau jasa kepada perorangan ataupun kepada bisnis yang lain dengan tujuan untuk memperoleh pendapatan.



Gambar 1.3 Perkembangan Unit Usaha

(Sumber : *kominfo.go.id*, 2020)

Dilihat dari gambar diatas jumlah pengusaha di Indonesia terus meningkat tiap tahun. Hal ini mengakibatkan tingkat persaingan pada dunia bisnis semakin tinggi dan semakin kompetitif. Setiap wirausahawan berlomba-lomba untuk menciptakan ide, inovasi dan keunggulan produk atau jasa yang mereka tawarkan. Menurut (Kasmir, 2016, p. 19) Wirausahawan merupakan seseorang yang memiliki keberanian untuk mengambil resiko dalam membuka sebuah bisnis kepada setiap kesempatan yang datang. Memiliki keberanian dalam mengambil resiko berarti orang tersebut memiliki psikologis yang mandiri dan memiliki keberanian dalam membuka usaha, tanpa merasakan rasa khawatir, cemas dan takut meskipun berada dalam kondisi yang tidak pasti dan dapat berubah-ubah.

Salah satu jenis usaha yang sedang mengalami trend adalah bisnis Kopi. Kopi merupakan hasil komoditas perkebunan yang bernilai cukup tinggi apabila dibandingkan dengan hasil komoditas perkebunan lainnya. Hampir dari semua

kalangan, baik itu kalangan anak muda maupun orang dewasa gemar mengkonsumsi kopi.



Gambar 1.4 Jumlah Gerai Coffee Shop

(Sumber : *landx.id*, 2022)

Jika dilihat dari gambar 1.4 diatas, maka dapat dilihat bahwa terjadi pertumbuhan atau penambahan pada gerai kopi yang sangat signifikan. Pada tahun 2016 jumlah gerai coffe shop di Indonesia berjumlah 1083. Sedangkan pada tahun 2019 jumlah gerai kopi di Indonesia berjumlah 2937 gerai, jumlah ini naik 2x lipat lebih hanya dalam kurun waktu 3 tahun. Dan tentunya jika melihat dari grafik dan tren meminum kopi yang terus meningkat dan bertambah pada tiap tahunnya, kemungkinan besar jumlah gerai kopi di Indonesia akan terus mengalami peningkatan dan penambahan gerai kopi seiring dengan berjalannya waktu.

Dengan melihat jumlah konsumsi kopi sebanyak 4800 karung dengan 1 karung berkapasitas 60kg yang berarti konsumsi kopi di Indonesia sebanyak 288.000kg pada tahun 2019 dan pada tahun 2020 jumlah konsumsi kopi di Indonesia sebanyak 5000 karung dengan 1 karung berkapasitas 60kg yang berarti konsumsi kopi di Indonesia pada tahun 2020 sebanyak 300.000kg. Selain itu, Indonesia yang menempati urutan kelima setelah Rusia menjadikan Indonesia masuk dalam

5 besar sebagai negara yang merupakan pengonsumsi kopi terbesar didunia dan sekaligus sebagai salah satu negara dengan konsumsi kopi per karung dengan kapasitas 60kg tertinggi di dunia. Kemudian terjadi kenaikan pada jumlah gerai kopi di Indonesia dari 1083 gerai menjadi 2937 hanya dalam kurun waktu 3 tahun saja (2016-2019). Dan kemudian jika dilihat berdasarkan data-data yang telah ditampilkan diatas, menunjukkan terjadinya peningkatan terhadap jumlah konsumsi kopi di Indonesia dan jumlah gerai kopi di Indonesia yang terjadi pada setiap tahunnya dan terus mengalami pertumbuhan yang positif yang terjadi setiap tahunnya, membuat peneliti menyadari bahwa dalam sektor bisnis kopi masih terdapat peluang bisnis yang cukup bagus karena tingkat konsumsi yang terus meningkat, sehingga peneliti merasa terdapat peluang yang cukup baik dalam bisnis ini dan segera mengambil keputusan untuk menjalankan bisnis biji kopi dengan merek Beans Kopi 88.

Beans Kopi 88 merupakan sebuah bisnis yang menjual biji Kopi yang telah di sangrai atau roasting dan siap digiling. Beans Kopi 88 baru berdiri pada tahun 2023 tepatnya pada tanggal 29 Januari 2023 yang berlokasi di Rawamangun, Jakarta Timur. Beans Kopi 88 menawarkan berbagai jenis kopi yang berasal dari Indonesia mulai dari jenis Arabika, Robusta dan Liberika yang berasal dari berbagai macam wilayah yaitu Sumatera, Bali, Sulawesi, Jawa, Nusa Tenggara Timur, Papua, dengan jumlah produk mencapai 20 macam biji Kopi.

Produk Beans Kopi 88 merupakan biji kopi yang telah dipilih sehingga memiliki kualitas grade 1 (A). Grade 1 merupakan biji kopi dengan tingkat kecacatan yang rendah sehingga bentuknya sempurna. Biji Kopi yang telah dipilih kemudian dibersihkan dan dimasak dengan tingkatan roasting medium-dark roast. Tingkatan ini berada diatas medium dan dibawah dark yang berarti melewati medium namun tidak sampai dark. Cara ini dipilih karena dapat menghasilkan aroma atau bau yang lebih tajam serta terdapat rasa manis diakhir. Dan peneliti menganggap bahwa tingkatan ini merupakan cara yang paling tepat untuk memasak biji kopi sehingga biji kopi yang dijual oleh Beans Kopi 88 merupakan biji kopi dengan kualitas yang baik dengan cita rasa dan aroma yang tajam.

Selama melakukan penelitian, peneliti menemukan 2 pesaing utama Beans Kopi 88 yaitu Good Coffee Beans dan Toko Kopi Bemo. Good Coffee Bean disebut sebagai pesaing utama dikarenakan memiliki kualitas dan produk yang sama dengan Beans Kopi 88 namun lokasinya berbeda, Good Coffee Bean sendiri berada di Sunter, Jakarta Utara. Sedangkan Toko Kopi Bemo menjadi pesaing utama yang kedua Beans Kopi 88 dikarenakan lokasinya yang sangat dekat dengan Beans Kopi 88 yang berada di Rawamangun, Jakarta Timur. Namun Toko Kopi Bemo tidak memiliki jumlah produk sebanyak Beans Kopi 88 dan Good Coffee Bean yang mencapai 20 jenis produk.

Perbandingan Harga dengan Produk Pesaing

Nama Toko	Lokasi	Produk	Harga
Beans Kopi 88	Rawamangun, Jakarta Timur	Sidikalang Robusta 250g	Rp. 35.000
		Lampung Robusta 250g	Rp. 35.000
		Aceh Gayo Arabika 250g	Rp 60.000
Good Coffee Bean	Sunter, Jakarta Utara	Sidikalang Robusta 250g	Rp. 30.000
		Lampung Robusta 250g	Rp. 30.000
		Aceh Gayo Arabika 250g	Rp. 60.000
Toko Kopi Bemo	Rawamangun, Jakarta Timur	Sidikalang Robusta 250g	Rp. 42.500
		Lampung Robusta 250g	Rp. 20.000
		Aceh Gayo Arabika 250g	Rp. 65.000

Tabel 1.1 Harga Pesaing

(Sumber : Olahan Data Pribadi, 2023)

Peneliti mengambil data berupa sampel beberapa produk yang masing-masing dari tiap kompetitor memiliki produk tersebut, ketiga produk tersebut dipilih karena masing-masing toko menjual produk tersebut dan hal ini dikarenakan terdapat beberapa produk yang dijual oleh Beans Kopi 88 namun tidak dijual oleh kompetitor, sehingga peneliti memilih 3 produk tersebut sebagai sampel data untuk membandingkan harga antara Beans Kopi 88 dengan kompetitor.

Dari data tabel 1.1 di atas, perbandingan harga produk Beans Kopi 88 dengan kompetitornya relatif mirip dan tidak berbeda jauh. Namun pada Beans Kopi 88 dan Good Coffee Bean memiliki harga yang hampir mirip dan hanya terdapat perbedaan harga pada produk Sidikalang Robusta dan Lampung Robusta. Sedangkan pada Toko Kopi Bemo menjual produk Kopi Sidikalang dan Aceh Gayo lebih mahal dibandingkan Beans Kopi 88 dan pada Toko Kopi Bemo memiliki keunggulan pada Kopi Lampung Robusta 250g yang dijual seharga Rp. 20.000 Rupiah saja.

Menurut Walangitan (2017) Produk adalah barang maupun jasa ditawarkan penjual kepada calon pembeli untuk mencukupi segala kebutuhan dan segala keinginan yang diharapkan oleh konsumen disebut sebagai produk. Maka sebagai penjual perlu menyediakan produk dengan kualitas terbaik, kualitas produk termasuk salah satu faktor utama dalam dunia wirausaha, karena faktor ini dapat menjadi suatu alasan dan pertimbangan bagi konsumen dalam membeli suatu produk. (Kotler dan Keller, 2016, p. 164) mengemukakan jika kemampuan dari produk itu sendiri dalam menghasilkan dari kinerja yang telah sesuai bahkan dapat melebihi yang diharapkan atau yang diinginkan oleh konsumen tersebut, sehingga hal ini disebut sebagai kualitas produk. Maka kesimpulan dari kualitas produk adalah sebuah barang atau jasa yang dijual oleh penjual, kemudian ditawarkan dan produk tersebut dapat memenuhi keinginan, harapan ataupun ekspektasi dari pembeli tersebut sehingga dapat menciptakan rasa puas dan senang.

Selain itu juga terdapat faktor harga yang berperan penting terhadap kepuasan konsumen. Harga adalah sebuah nominal yang tertera pada barang atau jasa. Sehingga konsumen perlu membayar sesuai nominal tersebut agar bisa memiliki barang atau jasa yang diinginkan. (Tjiptono, 2016, p. 218) mengemukakan harga adalah komponen yang ada pada bauran pemasaran, namun komponen ini hanya menjadi satu-satunya komponen yang dapat memberikan pendapatan.

Selama melayani konsumen, Beans Kopi 88 pada umumnya menemukan 2 keinginan konsumen yang cukup berbeda yaitu konsumen yang menginginkan kualitas produk yang bagus dan konsumen yang hanya mementingkan harga. Bahkan tak jarang peneliti menemukan konsumen yang bertanya “Kopi mana

yang paling mahal?” biasanya konsumen ini menginginkan kualitas produk yang baik yang dapat dinilai dari aromanya yang tajam. Dan juga tak jarang peneliti menemui konsumen yang menanyakan “Kopi mana yang paling murah?” setelah diberi tahu dan dijelaskan mengenai kualitas kopi tersebut, ada yang tetap melakukan transaksi (membeli produk) dan juga ada yang meninggalkan (tidak jadi membeli). Sehingga peneliti memiliki rasa keingintahuan mengenai variabel apa yang dapat mempengaruhi kepada kepuasan konsumen pada Beans Kopi 88 apakah kualitas produk atau harga atau bahkan keduanya.

Sehingga peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian terhadap Beans Kopi 88 dengan harapan dapat mengetahui respon konsumen mengenai kualitas produk, harga yang diberikan dan dijual oleh Beans Kopi 88 dan apakah konsumen merasa puas. Selain itu juga dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Beans Kopi 88 sehingga dapat diperbaiki apabila terdapat kekurangan dan dapat terus berkembang menjadi lebih baik lagi serta dapat bersaing dengan para kompetitornya.

1.2 Ruang Lingkup Masalah

Dari hasil observasi yang telah dilakukan, Beans Kopi 88 merupakan salah satu bisnis Kopi yang menyediakan berbagai macam biji kopi yang saat ini sedang berkembang di Indonesia. Setelah berjalan hampir 1 bulan, Beans Kopi 88 telah melayani berbagai keinginan konsumen dan terdapat 2 perbedaan yang cukup terlihat yaitu konsumen yang mengutamakan kualitas produk dan konsumen yang mengutamakan harga yang murah tanpa memikirkan kualitas produk. Maka dapat dirumuskan fokus utama dari penelitian ini berupa :

1. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Beans Kopi 88 ?
2. Apakah harga pada produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Beans Kopi 88 ?

3. Variabel manakah antara kualitas produk atau harga yang paling besar memberikan kepuasan konsumen Di Beans Kopi 88 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dari permasalahan diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Beans Kopi 88.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Beans Kopi 88.
3. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling kuat kualitas produk atau harga yang paling besar memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen Di Beans Kopi 88

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis sangat mengharapkan, bahwa penelitian yang telah dibuat dapat bermanfaat dari segi teoritis dan secara praktis. Berikut manfaat yang diharapkan peneliti :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat memberikan, menambah dan menjadi wawasan, referensi serta masukan dalam membuat, membangun dan menjalani bisnis Kopi.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan membuat penulis semakin paham akan dampak kualitas produk dan harga pada produk kepada kepuasan konsumen serta memahami keinginan konsumen dalam berbelanja Kopi sehingga bisa memenuhi baik kebutuhan maupun keinginan konsumen.

1.5 Batasan Masalah

Peneliti akan membuat batasan masalah yang bertujuan pembahasan dapat dilakukan dengan cara lebih mendalam dan fokus terhadap permasalahan yang ada. Sehingga penulis membatasi variabelnya. Batasan pada penelitian ini berupa :

1. Fokus dari objek penelitian ini merupakan konsumen Beans Kopi 88
2. Variabel yang diteliti adalah kualitas produk, harga produk dan kepuasan konsumen.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian yang ada dipenelitian ini akan dibuat dan disusun hingga terdiri dari lima bagian atau lima bab, berupa :

Bab 1 Pendahuluan :

Pada bagian pendahuluan berisikan penjelasan mengenai latar belakang, ruang lingkup masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika pada penulisan.

Bab 2 Tinjauan Pustaka :

Pada bagian tinjauan pustaka berisikan penjelasan dan penjabaran dari pustaka yang memiliki benang merah dengan topik penelitian. Tinjauan pustaka yang ada pada penelitian ini, dimulai dari ditampilkan penelitian terdahulu, landasan teori yang berasal dari para ahli serta dibuat kerangka berpikir.

Bab 3 Metodologi Penelitian :

Pada bagian metodologi penelitian berisikan objek & lokasi, waktu, jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, variabel & definisi operasional variabel, populasi & sampel, cara pengumpulan sampel, hubungan antar variabel dan hipotesis, instrumen penelitian dan metode analisis data.

Bab 4 Hasil Penelitian dan Pembahasan :

Pada bagian hasil penelitian dan pembahasan, peneliti melakukan penjelasan mengenai Beans Kopi 88 yang kemudian dilanjutkan dengan menampilkan data-data hasil uji yang sudah dilakukan dengan melalui aplikasi SPSS versi 25

Bab 5 Kesimpulan dan Saran :

Pada bagian kesimpulan dan saran, peneliti melakukan pembahasan mengenai kesimpulan yang dibuat berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan, memberikan penjelasan mengenai keterbatasan penelitian serta memberikan saran bagi Beans Kopi 88 dan memberikan saran bagi peneliti selanjutnya.

