

BAB I

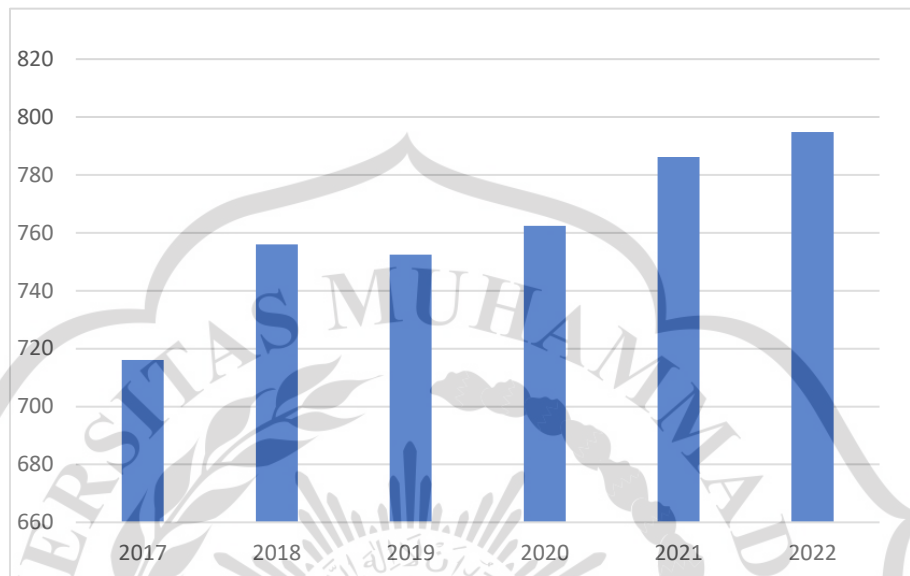
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kopi telah menjadi populer di kalangan masyarakat Indonesia sepanjang masa karena berbagai alasan, termasuk menjaga kewaspadaan individu selama patroli malam hari atau saat mengemudi. Hanya orang tua yang sering minum kopi dan laki-laki lebih cenderung melakukannya. Kecenderungan baru telah muncul dalam masyarakat Indonesia sebagai akibat dari peningkatan konsumsi kopi tahunan di negara ini. Seperti yang dapat dilihat di sini, konsumsi kopi meningkat setiap tahun di seluruh masyarakat. Saat ini, mayoritas orang memandang kopi sebagai minuman utama sehari-hari dari pada hanya minuman sampingan. Hal ini terutama berlaku bagi orang-orang yang telah mengembangkan kecanduan kopi.

Konsumsi kopi di Indonesia telah berkembang dengan cukup cepat dibandingkan tahun – tahun sebelumnya. Kebiasaan atau pola seseorang dalam mengonsumsi kopi sebagai bagian dari rutinitas harian atau gaya hidup. Kopi merupakan salah satu minuman paling populer di dunia dan sering dikaitkan dengan aktivitas sosial, pekerjaan, atau relaksasi. Konsumsi kopi dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik itu budaya, ekonomi, sosial, maupun psikologis. Hal ini diperkirakan akan mengalami kenaikan seiring dengan bertambahnya pendapatan masyarakat kelas menengah dan perubahan pola hidup (Rasmikayati, 2017). Berikut ini data mengenai produksi kopi di Indonesia untuk di konsumsi baik Arabika, Robusta, dan

lainnya di Indonesia terhadap pertumbuhan penduduk serta kebutuhan Kopi Indonesia.



Gambar 1. Produksi Kopi Indonesia 2017 - 2018

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) 2023.

Agar kedai kopi menjadi industri yang layak di zaman modern. Dari kedai kopi kelas atas hingga kedai kopi biasa, bentuknya bervariasi. Kedai – kedai ini mengikuti pedoman tertentu saat menjual barang dagangannya. Sebuah Perusahaan kedai kopi baru saja muncul dengan konsep lokasi, konsep kemasan, konsep menu, konsep penjualan (pemasaran), dan konsep layanan yang menarik. Salah satu suasana yang bervariasi dari satu kedai kopi ke kedai kopi lainnya. Sejak *Starbucks*, kedai kopi asal Seattle Amerika membuka pintunya industri kedai kopi di Indonesia mulai tumbuh. Banyak pemilik perusahaan baru yang termotivasi untuk menjalankan usaha kafe atau kedai kopi karena maraknya kafe-kafe yang sukses dengan pasar di Indonesia. Termasuk Kopi Kenangan divisi dari PT. Bumi Berkah Boga Pada tahun 2017, Kopi Kenangan didirikan di

Wilayah Kuningan adalah rumah bagi kedai pertamanya. Hanya 700 cup kopi yang terjual pada hari pertama peluncuran Kopi Kenangan. Setelah dua tahun, Kopi Kenangan telah membuka lebih dari 230 kedai di seluruh Indonesia. Kedai minuman dengan pertumbuhan tercepat di Asia Tenggara adalah Kopi Kenangan (Kopi Kenangan, 2020).

Tingginya Tingkat konsumsi kopi yang ada di Indonesia membuat peluang bagi Kopi Kenangan untuk mengembangkan usahanya. Salah satu cara untuk mengembangkan usahanya yaitu Kopi Kenangan juga membuat terobosan untuk customer yang tidak mempunyai banyak waktu untuk menunggu dan datang ke Coffe Shop nya, terobosan tersebut adalah Kopi Kenangan membuat Kopi kemasan dengan isi 220 ml. kemasan yang terjangkau untuk sekali konsumsi dan sangat ringkes, dimana Kopi Kenangan botol ukuran 220ml banyak terdapat di minimarket seperti Alfamart, Indomart, dan warung warung kecil lainnya. untuk orang yang mempunyai mobilitas tinggi tapi masih ingin merasakan sensasi coffe shop, Kopi Kenangan botol sangat membantu dan memuaskan para pelanggannya apalagi Kopi Kenangan botol ini terdapat lima varian rasa.

Hasilnya, Kopi Kenangan menyajikan lebih banyak variasi produk dengan gaya unik mereka sendiri seiring dengan semakin banyaknya barang yang mereka jual. Karena mereka memiliki begitu banyak alternatif dalam hal membeli kopi dan barang Kopi Kenangan lainnya pelanggan pun menjadi lebih pemilih. Kopi Kenangan gerai Ruko Suharso Purwokerto memiliki lahan cukup luas dengan memiliki dua lantai yang bisa

menampung banyak konsumen yang berkunjung, dan berbagai fasilitas yang diberikan oleh Kopi Kenangan Ruko Suharso seperti *free wifi* untuk yang sedang mengerjakan tugas dan bekerja, lengkap dan luasnya fasilitas yang ada tidak mengurangi kebersihan yang ada. Semua fasilitas terawat dengan bersih. Kopi Kenangan Ruko Suharso Purwokerto ini adalah gerai yang menyediakan semua menu termasuk menu makanan kering, makanan basah, dan es krim. Selain itu lokasi Kopi Kenangan Ruko Suharso ini berada di pusat gedung olahraga dan perguruan tinggi, sekolah, dan perkantoran sehingga membuat konsumen betah untuk berlama – lama di tempat. Maka dari itu, dengan pilihan menu yang beragam, pengalaman yang memuaskan, serta kualitas pelayanan yang baik, menjadi kunci utama dalam menciptakan kepuasan konsumen.

Dengan studi kasus di Kopi Kenangan Ruko Suharso Purwokerto, penelitian ini meneliti perilaku konsumen saat membeli Kopi Kenangan dan pendapat mereka tentang variasi produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk lebih memahami elemen-elemen yang memengaruhi kebahagiaan pelanggan, seperti pilihan menu, aksesibilitas fasilitas, dan posisi strategis gerai. Oleh karena itu, diharapkan bahwa temuan penelitian ini akan berdampak positif besar pada pertumbuhan dan peningkatan layanan di sektor makanan dan minuman, khususnya Kopi Kenangan Ruko Suharso Purwokerto.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik konsumen Kopi Kenangan ?
2. Apa saja kendala konsumen dalam proses membeli produk Kopi Kenangan?
3. Bagaimana pendapat konsumen tentang varian produk Kopi Kenangan?
4. Bagaimana pendapat konsumen dalam membeli produk Kopi Kenangan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen Kopi Kenangan
2. Untuk mengetahui kendala konsumen dalam proses membeli produk Kopi Kenangan
3. Untuk mengetahui bagaimana pendapat konsumen tentang varian produk Kopi Kenangan
4. Untuk mengetahui perilaku konsumen dalam membeli produk Kopi Kenangan.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan salah satu syarat yang harus ditempuh untuk mendapatkan gelar Sarjana Pertanian yang sedang dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Purwokerto

2. Bagi Perusahaan Kopi Kenangan, penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai masukan dan saran dari Sebagian konsumen dari responden ini dapat mendorong lebih maju dan berkembangnya Kopi Kenangan.
3. Bagi pembaca, sebagai sumber Pustaka dalam memperluas wawasan pengetahuan dan diharapkan dapat menjadi motivasi untuk dapat melakukan penelitian yang sejenis.

E. Pembatasan Masalah

1. Penelitian ini dilakukan di outlet Kopi Kenangan Ruko Suharso Purwokerto.
2. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil data dari para responden dengan menyebarkan *quisioner* dan wawancara kepada *manager* Kopi Kenangan Ruko Suharso Purwokerto.
3. Objek penelitian adalah konsumen Kopi Kenangan di Purwokerto yang sedang melakukan pembelian pada saat penelitian di Kopi Kenangan Ruko Suharso Purwokerto.
4. Data yang diperlukan dari penelitian ini adalah data mengenai perilaku konsumen dalam membeli kopi, harga dari produk Kopi Kenangan, serta keputusan konsumen untuk membeli Kopi Kenangan.
5. Data yang digunakan untuk kajian perilaku konsumen adalah data selama 1 bulan (bulan Oktober 2024)