

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara agraris yang kaya potensi akan sumber daya alamnya, khususnya sektor pertanian yang merupakan sumber kegiatan utama penduduknya. Sektor pertanian terbagi atas 5 subsektor, tanaman pangan, kehutanan, perkebunan, perikanan dan peternakan. Bidang pertanian turut mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia, (Kementerian Pertanian Indonesia, 2016) PDB Sektor Pertanian meningkat dari Rp 936,4 Triliun menjadi Rp 969,8 Triliun. Hal yang sama terjadi pada 2018, dimana PDB Sektor Pertanian meningkat menjadi Rp 1.005,4 Triliun. Salah satu subsektor pertanian yang turut berperan dalam kontribusinya terhadap perekonomian Indonesia adalah subsektor perkebunan, dimana salah satu komoditi perkebunan yang potensial untuk dikembangkan adalah kopi.

(BPS Indonesia, 2016) produksi kopi dan ekspor kopi nasional mengalami fluktuasi. Pada tahun 2016 produksi kopi mencapai 663,871 ton, total volume ekspor 414,651 ton dengan total nilai sebesar US\$ 1.008,549 dan pada tahun 2017 produksi kopi meningkat 716,089 ton, volume ekspor meningkat 467,799 ton dengan total nilai sebesar US\$ 1.187,157 sedangkan pada tahun 2018 produksi kopi mengalami penurunan menjadi 713,921 ton, volume ekspor menurun menjadi 279,961 ton dengan total nilai US\$ 815,933. Produksi kopi nasional merupakan hasil dari total produksi kopi di 34 provinsi yang tersebar di Indonesia, provinsi Jawa Timur yang merupakan urutan ke 5 dalam penyumbang produksi kopi nasional pada tahun 2017 mampu menghasilkan produksi kopi sebesar 64,804 ton dan tahun 2018 menghasilkan 63,700 ton produksi kopi.

Melalui perkembangan tersebut, Indonesia yang awalnya dikenal sebagai produsen kopi, perlahan berkembang menjadi negara konsumen kopi, data Hasil Proyeksi Konsumsi Kopi di Indonesia yang dirilis oleh Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian pada tahun 2016 konsumsi kopi nasional sebesar 302.176 ton, pada tahun 2017-2020 tercatat terjadinya

peningkatan dengan rata-rata pertumbuhan konsumsi kopi nasional mencapai angka 2,49%. Melihat data peningkatan konsumsi kopi tersebut, tidak dapat dipungkiri bahwa bisnis kedai kopi merupakan bisnis yang memiliki prospek yang baik ke depannya. Saat ini bisnis kedai kopi atau coffee shop menjadi salah satu bisnis yang sangat menjanjikan. Hal ini dikarenakan berkembangnya tren minum kopi di kedai kopi atau biasa disebut nongkrong.

Minum kopi kini tidak hanya identik dengan kegiatan yang dilakukan oleh kaum bapak saja, anak muda pun menjadikan kegiatan minum kopi sebagai sebuah lifestyle dan sebagai sarana menunjukkan eksistensi mereka.

Jumlah penduduk di Indonesia Menurut (BPS Indonesia, 2018) mencapai 266,91 juta jiwa dimana 24,01% atau 64.180,90 juta jiwanya adalah pemuda, (Undang-Undang Nomor 40, 2019) bahwa pengertian pemuadan adalah warga Indonesia berusia 16 sampai 30 tahun yang memasuki priode penting pertumbuhan dan perkembangan. Jika dilihat dari banyaknya jumlah pemuda tersebut, trend konsumsi kopi di kalangan pemuda berpotensi besar meningkatkan jumlah konsumsi kopi di Indonesia.

(Wulandari dan Masdupi, 2013) Peningkatan taraf hidup serta pergeseran gaya hidup masyarakat perkotaan di Indonesia menyukai produk yang instan dan praktis mendorong lahirnya usaha-usaha yang menciptakan produk instan dan praktis yang diinginkan konsumen. Kondisi tersebut menjadi salah satu dampak berkembangnya industri kedai kopi di Indonesia. Dinamika tersebut ditandai dengan menjamurnya kedai kopi di kota besar dari yang sederhana hingga yang kerap dikunjungi kalangan menengah atas.

Salah satu daerah perkotaan yang memiliki perkembangan kedai kopi cukup pesat adalah kota Jember, dapat dilihat pada sepanjang Jalan Kalimantan dan Jalan Mastrip terdapat beberapa kedai seperti Pesen kopi, Kopi Kulo, Go Kopi, Janji jiwa, Kopi kesuwon, Kopi 86, Sini kopi, Temen kopi, Beanley, Kopi yor, dan Kopa kopi yang memiliki beberapa kesamaan menu yang ditawarkan. Hal ini dapat membuat konsumen memiliki alternatif pilihan dan persaingan yang sengit antara kedai kopi yang menyediakan kopi dalam menarik minat konsumen, banyaknya pesaing yang muncul dalam bisnis yang sama maka perusahaan perlu

membuat strategi dalam menghadapi para kompetitor dan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam perusahaan.

Kabupaten Jember memiliki beberapa Perguruan tinggi tiga diantaranya adalah Politeknik Negeri Jember berlokasi di Jalan Mastrip, Universitas Jember lokasinya di Jalan Kalimantan dan Universitas Muhammadiyah Jember berlokasi pada Jalan Tidar dimana lokasi ketiga kampus tersebut saling berdekatan, menurut Pangkalan Data Pendidikan Tinggi Kementerian Riset, Teknologi Dan Pendidikan Tinggi (PDDIKTI, 2019/2020) tercatat jumlah mahasiswa Polije 6.090, Unej 34.351 dan Umj 9.225 mahasiswa, dengan jumlah total 49.666 mahasiswa dari tiga kampus tersebut, belum lagi ditambahnya kampus kampus lain seperti Universitas Terbuka Jember, Akademik Kebidanan Dokter Subandi, IKIP PGRI, STIE Mandala Jember dan beberapa Sekolah SMA, SMK yang lokasinya masih deskitar pusat kota Jember, sehingga secara tidak langsung berdampak pada konsumen kedai kopi di kota jember khususnya di kedai Temen Kopi yang berlokasi di Ruko Mastrip Square Blok A, Sumpersari Kabupaten Jember mayoritas konsumennya dari kalangan pemuda.

(Sangadji dan Sopiah, 2013) Konsumen merupakan salah satu faktor penting dalam dunia bisnis tidak terkecuali bisnis kedai kopi, karena konsumen dapat menjamin berkelanjutannya suatu bisnis tersebut dimasa depan. Pelaku bisnis kedai kopi dalam menghadapi persaingan pemasaran yang berhubungan dengan jasa, perlu memperhatikan beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian sehingga pelaku usaha mampu bertahan dalam ketatnya persaingan. Selain itu perlu juga penambahan sistem pelayanan yang terpadu dengan memperhatikan bauran pemasaran jasa sehingga konsumen mendapatkan lebih dari yang mereka harapkan, terlebih jika bisnis kedai kopi tersebut masih tergolong baru seperti Temen Kopi yang baru berdiri pada tahun 2019 maka sangat dibutuhkan melakukan hal – hal tersebut untuk menghadapi persaingan pasar.

(Yunita, 2016) Pesaing yang sejenis yang letaknya saling berdekatan mengakibatkan persaingan bisnis kedai kopi dalam merebut pangsa pasar menjadi ketat. Masing-masing kedai kopi berusaha untuk menghasilkan produk dan jasa

yang terbaik untuk menarik konsumen sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan profit perusahaan.

Pelaku usaha kedai kopi agar dapat bertahan dalam persaingan yang ketat, harus dapat menjual dengan cara yang lebih baik dari pada pesaingnya, karena itu pelaku usaha perlu mengetahui karakteristik konsumen sehingga mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan, (Griffin dalam Sangadji dan Sopiah, 2013) perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologi yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi. Selain mengetahui hal tersebut pelaku konsumen perlu adanya penambahan sistem pelayanan yang terpadu dengan memperhatikan kualitas pelayanan sehingga konsumen mendapatkan lebih dari yang mereka harapkan.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas jasa (Keandalan *Reliability*, Kesigapan *Responsiveness*, Jaminan *Assurance*, Perhatian *Empathy*, Berwujud *Tangible*) secara serempak terhadap preferensi pemuda dalam mengkonsumsi kopi di Kabupaten Jember?
2. Bagaimana pengaruh kualitas jasa (Keandalan *Reliability*, Kesigapan *Responsiveness*, Jaminan *Assurance*, Perhatian *Empathy*, Berwujud *Tangible*) secara parsial terhadap preferensi pemuda dalam mengkonsumsi kopi di Kabupaten Jember?

### 1.3. Tujuan

Berdasarkan identifikasi permasalahan di atas, tujuan dilakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas jasa (Keandalan *Reliability*, Kesigapan *Responsiveness*, Jaminan *Assurance*, Perhatian *Empathy*, Berwujud *Tangible*) secara serempak terhadap preferensi pemuda dalam mengkonsumsi kopi di Kabupaten Jember.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas jasa (Keandalan *Reliability*, Kesigapan *Responsiveness*, Jaminan *Assurance*, Perhatian *Empathy*, Berwujud *Tangible*) secara parsial terhadap preferensi pemuda dalam mengkonsumsi kopi di Kabupaten Jember.

### 1.4. Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis dan pihak-pihak lain yang berkepentingan, yaitu:

1. Bagi masyarakat, memberikan sumbangan pemikiran kepada Masyarakat yang ingin berbisnis kedai kopi dalam perbaikan proses agar dapat menjadi modal menciptakan strategi yang tepat untuk berkembang dan siap bersaing dengan kompetitor yang sejenis.
2. Bagi peneliti, menambah wawasan peneliti mengenai Preferensi pemuda dalam mengkonsumsi kopi, serta untuk memenuhi syarat menyelesaikan pendidikan di Politeknik Negeri Jember.
3. Bagi pemerintah dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dalam pengambilan keputusan maupun kebijakan ekonomi pada suatu daerah.