

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komoditas perkebunan kopi berperan penting dalam perekonomian Indonesia, sebagai sumber devisa, lapangan kerja, pendapatan bagi petani kopi, dan pelaku ekonomi lainnya yang terlibat dalam rantai budidaya, pengolahan, dan pemasaran. Indonesia mampu memproduksi 774,96 ton dari produksi kopi dunia pada tahun 2022, dari jumlah tersebut produksi kopi robusta lebih dari 601.000 ton dan produksi kopi arabika lebih dari 173.96 ton (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2022). Luas perkebunan kopi di Indonesia 1,25 juta hektar (ha), luas perkebunan kopi robusta 1 juta hektar dan luas perkebunan kopi arabika 0,30 ha. Pernyataan tersebut menunjukkan Indonesia menjadi negara pengekspor kopi terbesar keempat setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia (Kementerian Pertanian, 2022).

Hasil produksi pada sektor pekerbunan kopi di Indonesia mengalami kenaikan pada tahun 2019 mencapai 752.50 ton, lalu ditahun 2020 mengalami kenaikan produksi yaitu mencapai 753.90 ton, pada tahun 2021 mengalami kenaikan yang pesat hingga mencapai 774.60. Gambaran tersebut menunjukan bahwa Indonesia semakin tinggi angka produksinya. Provinsi sentral penghasil kopi antara lain Sumatera Selatan, Lampung, Sumatera Utara, Aceh, Bengkulu, dan Jawa Timur (Badan Pusat Statistik Indonesia , 2021).

Jember merupakan Kabupaten yang terletak di Jawa Timur dikenal dengan kota penghasil robusta di Indonesia. Jember sebagai salah satu kota pelajar, menjadi kota tujuan perantauan bagi kota-kota lain di sekitar. Adanya beberapa sekolah dan perguruan tinggi seperti Politeknik Negeri Jember, Universitas Jember, dan Universitas Muhammadiyah Jember, membuat kota Jember membuka peluang besar bagi pebisnis yang menargetkan pelajar dan mahasiswa (Effendy dkk. 2021).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Jawa Timur pada tabel 1.1 terdapat hasil produksi dari komoditas kopi pada tahun 2020 sampai 2021, Kabupaten Jember menempati posisi ke 3 setelah Malang dan Banyuwangi. Tahun 2020 Kabupaten Jember memiliki luas area tanaman kopi 4.658 ha dengan produksi 2.369 ton dan produktivitas mencapai 11.859 kg/ hektar. Hasil produksi sektor

perkebunan kopi di Jember tahun 2020 sebanyak 11.660 ton/hektar, kemudian di tahun 2021 sebanyak 11.758 ton (Badan Pusat Statistik Jawa Timur, 2021). Industri perkopian di Jember khususnya *Coffee Shop* semakin mendukung atas tercapainya Jember menjadi poros penghasil kopi robusta di Indonesia.

Tabel 1.1 Rekap data BPS Jawa Timur pada komoditas kopi tahun 2021 – 2022

Kabupaten/Kota Se-Jawa Timur	2021	2022
Kabupaten Pacitan	765	741
Kabupaten Ponorogo	656	634
Kabupaten Trenggalek	319	305
Kabupaten Tulungagung	243	234
Kabupaten Blitar	3865	3718
Kabupaten Kediri	2704	2684
Kabupaten Malang	13207	13047
Kabupaten Lumajang	2534	2517
Kabupaten Jember	11127	11795
Kabupaten Banyuwangi	12547	12504
Kabupaten Bondowoso	10464	10420
Kabupaten Situbondo	1758	1738
Kabupaten Probolinggo	2410	2400
Kabupaten Pasuruan	3731	3714
Kabupaten Mojokerto	169	162
Kabupaten Jombang	740	671
Kabupaten Nganjuk	119	112
Kabupaten Madiun	892	876
Kabupaten Magetan	262	260
Kabupaten Ngawi	330	325
Kabupaten Batu	89	58

Sumber : Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Timur tahun 2022

Pada tabel 1.1 terdapat data dari Badan Pusat Statistik Jawa Timur pada komoditas kopi pada tahun 2021 sampai 2022, Kabupaten Jember menempati posisi ke 3 setelah Malang dan Banyuwangi. Tahun 2021 Kabupaten Jember memiliki luas area tanaman kopi 4.658 ha dengan produksi 2.369 ton dan produktivitas mencapai 11.859 kg/ hektar, dari hasil produksi sektor perkebunan kopi di Jember tahun 2021 sebanyak 11.127 ton/hektar, kemudian di tahun 2022 sebanyak 11.795 ton (Badan Pusat Statistik Jawa Timur, 2022).

Berdasarkan pada Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember tahun 2022 total penduduk di Kabupaten Jember tercatat 2.471.542 jiwa, dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 1.214.478 jiwa dan wanita sebanyak 1.257.064 jiwa yang menjadi

faktor pendukung suksesnya industri kopi di Kabupaten Jember. Penduduk dengan usia produktif 15-24 tahun terdapat 3 ribu jiwa di Jember ini yang memanfaatkan waktunya untuk menikmati kopi sambil nongkrong dengan fasilitas kafe yang baik dan nyaman salah satunya.

Kafe merupakan suatu tempat yang memiliki interior dengan konsep yang berbeda, dapat dikatakan kembali soal interior yang digunakan dalam konsep sebuah kafe yaitu klasik (*vintage*), analog (*retro*), olah raga, musik dan desa. Konsep ini membuat persaingan semakin ketat untuk menambah nilai ketertarikan konsumen untuk mengunjungi kafe (Palwaguna, 2017). Contohnya Kafe Omah Kopi yang masih bertahan pada saat pandemi Covid-19 yang juga menjadi faktor turunnya perekonomian di Jember khususnya pada tahun 2020. Alasan bertahannya Kafe Omah Kopi karena lahannya milik sendiri sehingga pemilik dari kafe ini masih bertahan sampai saat ini, dan juga menjadi tempat tongkrongan saya sejak duduk dibangku kuliah, dengan menyediakan tempat dengan desain menarik dan kualitas menu yang baik membuat para penikmat kopi khususnya bisa bersantai di kafe tersebut.

Kafe Omah Kopi didirikan pada tanggal 30 maret 2019 tepatnya berada di jalan Rasamala no 57 Patrang Jember, yang dibangun oleh Edhistry Ageng Rizky salah satu lulusan mahasiswa Politeknik Negeri Jember sebagai pemilik di kafe Omah Kopi tersebut, arti dari penamaan kafe ini dengan bahasa jawa yaitu Omah artinya rumah, kemudian kopi tetap kopi jika diartikan adalah rumah kopi. desain dari kafe ini yaitu klasik yang memiliki suasana rumah klasik pada jaman dahulu dengan dilengkapi atribut yang mendukung suasana klasik seperti motor tua, kalender lama, bahkan bend-benda yang memiliki nilai estetika. Perbedaan kafe ini dengan kafe lainnya yaitu dari suasana yang lebih tenang diiringi lagu yang santai membuat kita nyaman saat mengobrol. Banyak pelanggan yang memberikan komentar positif dari kepuasan konsumen setelah mengunjungi kafe ini dikarenakan seperti pulang kampung ke rumah nenek.

Kepuasan adalah sikap yang diputuskan berdasarkan akumulasi pengalaman. Sangat membutuhkan penelitian untuk menunjukkan apakah ada harapan sebelumnya, yang merupakan bagian terpenting dari kepuasan (Sumartini 2019).

Dengan kepuasan pelanggan, kelangsungan usaha tetap terjaga. Di bawah ini adalah prinsip-prinsip kepuasan konsumen, antara lain:

1. Kepuasan konsumen adalah sesuatu yang penting
2. Memahami harapan konsumen
3. Memilih konsumen dengan tepat melalui strategi segmentasi, kemudian bangun kepuasan konsumen
4. Mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen
5. Konsumen yang loyal adalah konsumen yang mau komplain
6. Memberi jaminan kepada konsumen
7. Mendengarkan suara konsumen
8. Karyawan adalah bagian terpenting dalam memuaskan konsumen
9. Kepemimpinan adalah teladan dalam kepuasan konsumen.

Bauran pemasaran merupakan salah satu strategi pemasaran untuk menyampaikan informasi secara luas, memperkenalkan suatu produk barang dan jasa, merangsang konsumen untuk memberi bahkan menciptakan preferensi pribadi terhadap image suatu produk. Bauran pemasaran dianggap sebagai salah satu unsur strategi yang paling potensial di dalam memasarkan produk (Selang, 2013). Dalam bauran pemasaran ini yang menjadi alat pemasaran yang baik yang berada dalam suatu perusahaan yang mampu mengendalikannya agar dapat mempengaruhi respon pasar sasaran. Faktor yang penting dalam bauran pemasaran yaitu 4P (*produk, price, place, promotion*) keempat faktor tersebut yang akan menjadi bahan untuk penelitian yang akan dilakukan (Musfar, 2020). Melihat tingginya pasar dalam bisnis *Coffee Shop* agar industri kopi di Kabupaten Jember semakin berkembang, terutamanya kafe Omah Kopi, maka penting dilakukannya penelitian ini bagi kafe Omah Kopi yaitu untuk mendapatkan informasi terkait kepuasan konsumen sebagai acuan strategi perkembangan kafe Omah Kopi kedepannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka akan ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana respon konsumen dari 4 aspek bauran pemasaran di Kafe Omah Kopi di Kabupaten Jember?
2. Bagaimana analisis kepuasan konsumen dari 4 aspek bauran pemasaran di kafe omah kopi di Kabupaten Jember?
3. Bagaimana strategi yang dilakukan oleh pemilik Kafe Omah Kopi setelah mendapatkan informasi dari hasil penelitian?

1.3 Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disampaikan di atas, maka tujuan dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Dapat menganalisis respon konsumen dari 4 aspek bauran pemasaran di Kafe Omah Kopi di Kabupaten Jember.
2. Dapat melakukan analisis kepuasan konsumen setelah mengunjungi Kafe Omah Kopi.
3. Dapat melakukan strategi kedepannya untuk perkembangan dalam Kafe Omah Kopi.

1.4 Manfaat

Berdasarkan tujuan dari tugas akhir ini dapat diperoleh manfaat sebagai berikut.

1. Manfaat bagi pelaksana yaitu penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai bagaimana kepuasan konsumen dalam menilai kafe yang di kunjungi dan juga sebagai syarat dalam menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi Politeknik Negeri Jember.
2. Manfaat bagi masyarakat diharapkan penelitian ini dapat membantu dalam perkembangan kafe terhadap hasil kepuasan konsumen supaya bisa lebih berkembang dan sukses kedepannya.

3. Manfaat bagi instansi diharapkan dapat bermanfaat untuk membuka jalan baru bagi peneliti selanjutnya untuk penelitian lebih lanjut khususnya mengenai kepuasan konsumen kafe di Jember.