

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara penghasil kopi terbesar keempat di dunia adalah Indonesia. *International Coffee Organization* pada tahun 2020 melaporkan bahwa Brazil menempati posisi pertama, diikuti oleh Vietnam dan Kolombia. Urutan kelima negara penghasil kopi ditempati oleh Ethiopia. Berikut ini adalah tabel negara penghasil kopi terbesar di dunia.

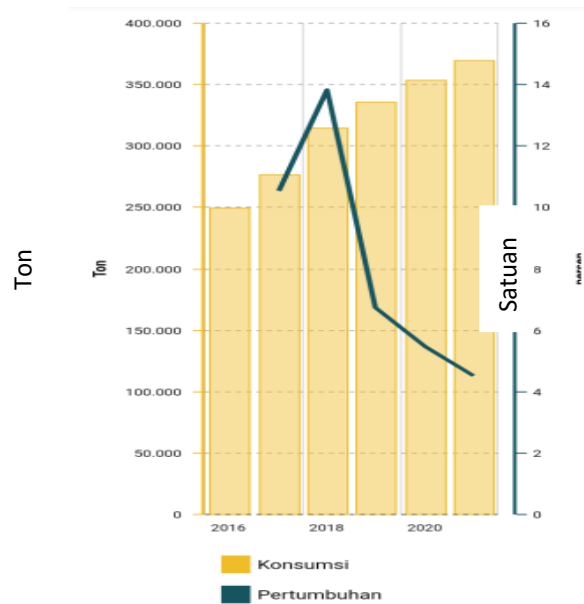
Tabel 1.1 Negara Penghasil Kopi Terbesar di Dunia

No.	Negara	Produksi Kopi (Juta Karung/60kg)
1.	Brazil	63,4
2.	Vietnam	29,0
3.	Kolumbia	14,3
4.	Indonesia	11,9
5.	Ethiopia	7,30

Sumber : *International Coffee Organization* (2022)

Jumlah produksi kopi terbesar dihasilkan oleh Brazil dengan jumlah produksi 63,4 juta karung/60kg. Vietnam di urutan kedua dengan jumlah produksi 29 juta karung/60kg. Kolumbia di urutan ketiga dengan jumlah produksi 14,3 juta karung/60kg. Indonesia dengan jumlah produksi 11,9 juta karung/60 kg menempati urutan keempat, kemudian disusul oleh Ethiopia dengan jumlah produksi sebesar 7,3 juta karung/60 kg.

Hasil perkebunan kopi sangat penting bagi perekonomian Indonesia. Komoditas ini merupakan penyumbang devisa negara serta pemicu pembangunan di daerah pegunungan dan dataran tinggi, selain itu juga merupakan sumber pendapatan petani (Cahyani, 2019). Era globalisasi membuat perkembangan kopi menjadi gaya hidup masyarakat seperti melepas kantuk, alat berkomunikasi, pencair suasana, ataupun menjalin keakraban. Peningkatan konsumsi oleh masyarakat Indonesia dapat dilihat dari grafik berikut ini



Gambar 1.1 Grafik Peningkatan Konsumsi oleh Masyarakat Indonesia

Sumber : Kementerian Pertanian (2021)

Grafik 1.1 merupakan grafik konsumsi kopi nasional (berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian) mencapai sekitar 250 ribu ton pada tahun 2016. Kenaikan konsumsi kopi terjadi setiap tahun secara signifikan, membuat angka konsumsi pada tahun 2020 mencapai 350 ribu ton.

Kopi merupakan komoditas populer yang dinikmati masyarakat di kedai atau kafe. Peningkatan penikmat kopi berdampak pada persaingan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam. Setiap perusahaan dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap kebutuhan dan kepuasan konsumen. Hal ini menjadi penting untuk diperhatikan, karena tonggak utama dalam memenangkan pasar adalah kepuasan serta loyalitas konsumen dari upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen (Pratiwi, 2019).

Bisnis kedai kopi atau kafe saat ini, menjadi bisnis yang sangat menjanjikan. Bentuk kedai kopi atau kafe terbilang sangat beragam, dari yang sederhana, klasik hingga yang eksklusif. Kedai kopi dan kafe tersebut memiliki spesifikasi tersendiri dalam menjual produknya. Konsep tempat, menu, kemasan, dan pelayanan yang disajikan, menunjukkan ciri

khas bagi setiap kedai kopi dan kafe tersebut. Suasana dan kenikmatan khas kopi memberikan sensasi tersendiri bagi penikmatnya (Gunawan, 2020).

Kedai kopi memiliki konsep yang berbeda-beda yaitu kedai kopi *take away*, *dine in*, *drive thru*, dan pemesanan melalui *smartphone* kemudian dikirim ke alamat konsumen. Kedai kopi di Indonesia secara umum menerapkan konsep *dine in*, yakni konsumen menikmati kopi di tempat kedai tersebut. Pengusaha kedai kopi harus bersaing memutar otak agar bisa membuat konsumen nyaman. Konsep minimalis dan kombinasi makanan penunjang kopi sebagai sajian merupakan salah satu konsep yang digunakan di beberapa kedai kopi. Hal ini juga termasuk dalam strategi memenangkan pasar dengan memberi kepuasan kepada konsumen sehingga membentuk loyalitas konsumen (Syauqi, 2019).

Pelaku usaha atau perusahaan selalu berusaha memberikan kepuasan kepada konsumennya untuk mempertahankan, bahkan meningkatkan usaha tersebut. Konsumen yang puas akan cenderung loyal, bahkan mengajak orang lain untuk membeli produk yang memberinya kepuasan. Kepuasan konsumen merupakan respon terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, sehingga diperlukan adanya pengenalan dan pemahaman karakteristik konsumen tersebut. Karakteristik yang memengaruhi diantaranya adalah status pernikahan, pendapatan, pekerjaan, gaya hidup dan frekuensi pembelian konsumen terhadap suatu produk. Tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diharapkan dengan apa yang diperoleh dari suatu produk atau jasa, juga dapat diartikan sebagai kepuasan konsumen. (Sudaryanto, 2017)

Konsumen mengalami tiga tingkat kepuasan umum yaitu konsumen akan merasa kecewa jika kinerja di bawah harapan, akan merasa puas jika kinerja sesuai harapan, dan akan merasa sangat puas jika kinerja melebihi harapan. Kategori kepuasan konsumen bisa dinilai dari rasa puasnya terhadap harga produk, kualitas produk (meliputi warna, rasa, aroma, dan kebersihan), serta serta kualitas pelayanan yang diberikan. Rasa puas konsumen mewujudkan

kesetiaan terhadap produk atau jasa dari perusahaan. Kesetiaan konsumen ini disebut loyalitas konsumen, dimana mereka akan melakukan pembelian berulang bahkan merekomendasikan produk atau jasa perusahaan yang memberinya kepuasan kepada orang disekitar mereka. Tingkatan loyalitas konsumen diurutkan dari yang setia atau berkomitmen, yang menyukai menyukai merek, yang merasa puas, yang bersifat kebiasaan, dan konsumen yang berpindah-pindah. Loyalitas konsumen sangat berpengaruh bagi perusahaan, karena dianggap sebagai faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Widyasafitri, 2020).

Ketua Apkrindo Jawa Timur, Tjahjono Haryono menyatakan bahwa di segmen menengah ke bawah, banyak kedai-kedai kopi kekinian yang menghadirkan inovasi menu yang unik dan harga di bawah Rp 30.000 (Widarti, 2019). Persaingan industri kedai kopi sangat ketat, oleh karena itu perlu adanya inovasi agar mampu menarik konsumen. Excelso Cafe Jemursari sebagai salah satu pelaku usaha, juga merasakan ketatnya persaingan selama kurang lebih 2 tahun, karena banyak bermunculan cafe atau kedai kopi di daerah sekitarnya. Penelitian ini berjudul “Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Excelso Cafe Jemursari Surabaya”, yang mana dilakukan untuk dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam mempertahankan konsumen dan menguasai pasar.

1.2 Rumusan Masalah

Minuman berbahan baku kopi merupakan salah satu minuman yang saat ini populer di kalangan masyarakat. Berbagai bentuk dan cara penyajiannya pun semakin bervariasi, untuk memenuhi kebutuhan konsumen di era modern. Hal ini, juga memicu terjadinya persaingan dalam menarik perhatian konsumen. Faktor yang sangat penting bagi keberlangsungan perusahaan salah satunya adalah konsumen. Pengetahuan tentang kebutuhan dan keinginan konsumen perlu diketahui agar konsumen merasa puas, baik dalam segi kualitas produk maupun kualitas pelayanan. Pemahaman karakteristik konsumen menjadi salah satu langkah

yang diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen, yang kemudian bisa menumbuhkan loyalitas konsumen.

Penelitian ini menggunakan Excelso Cafe Jemursari sebagai objek penelitian. Excelso merupakan sebuah waralaba kedai kopi dari Indonesia yang didirikan oleh PT Excelso multirasa pada tahun 1991 di Plaza Indonesia Jakarta. Excelso Cafe tersebar lebih dari 100 gerai di 28 negara. Melalui kualitas produk dan pelayanan terbaik, Excelso akan menjadi pilihan utama masyarakat yang dikunjungi secara teratur serta memiliki bisnis jangka panjang dengan mitra usaha. Excelso cafe sebagai salah satu pelaku usaha yang memiliki beragam jenis konsumen dengan karakteristik permintaan yang variatif, tentunya diperlukan adanya pengenalan pada masing-masing karakter konsumen agar menimbulkan kepuasan. Intensitas persaingan membuat perusahaan harus memerhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga bisa memenangkan persaingan. Hal ini membuat pihak Excelso Cafe Jemursari mencari cara yang efektif dan efisien dalam memuaskan konsumen. Ketika konsumen merasa puas, mereka akan melakukan pengulangan pembelian secara berkala atau berturut-turut. Banyak faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen diantaranya yaitu harga dan kualitas produk serta kualitas pelayanan yang diberikan.

Penelitian ini dilakukan mengenai karakteristik konsumen serta tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen untuk mencapai target penjualan. Berdasarkan uraian diatas, maka beberapa masalah yang akan dibahas pada penelitian ini yakni:

1. Bagaimana karakteristik konsumen Excelso Cafe Jemursari?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen Excelso Cafe Jemursari?
3. Bagaimana tingkat loyalitas konsumen teh di kedai Excelso Cafe Jemursari?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, diperoleh tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi karakteristik konsumen Excelso Cafe Jemursari

2. Menganalisa tingkat kepuasan konsumen Excelso Cafe Jemursari
3. Menganalisa tingkat loyalitas konsumen Excelso Cafe Jemursari

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi semua pihak yaitu:

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Penyusunan skripsi ini diharapkan bisa memberikan kontribusi pemikiran dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan menjadi studi perbandingan untuk penelitian yang akan datang.

2. Bagi Penulis

Penyusunan skripsi ini dijadikan untuk menambah wawasan bagi penulis serta bahan untuk pemecahan masalah dan pengambilan keputusan di masa yang akan datang.

3. Bagi Lembaga Perguruan Tinggi

Penyusunan skripsi ini digunakan sebagai syarat menyelesaikan studi S1 dan diharapkan bisa menambah bahan pustaka di perpustakaan.

4. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan dan sumber untuk lebih mengenal karakteristik konsumen sehingga kepuasan dan loyalitas konsumen Excelso Cafe Jemursari meningkat sehingga bisa mencapai serta berkembang meningkatkan target penjualan dan tetap menguasai pasar.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan informasi mengenai karakteristik konsumen dan analisis tingkat kepuasan serta loyalitas konsumen terhadap produk kopi dan pelayanan yang ditawarkan oleh Excelso Cafe Jemursari. Berdasarkan keterbatasan waktu dan biaya, penelitian ini dilakukan di Kota Surabaya. Hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan evaluasi dalam perbaikan dan perkembangan Excelso Café Jemursari Surabaya.

