

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Kopi sebagai bahan minuman tentunya sudah tidak asing lagi bagi banyak orang. Penggemarnya bukan dari bangsa Indonesia saja, tetapi juga dari berbagai bangsa di seluruh dunia. Kandungan kafein yang dimiliki kopi mengakibatkan munculnya daya rangsang terhadap peningkatan kinerja beberapa bagian susunan saraf pusat. Fakta menunjukkan bahwa kopi merupakan komoditas nomor dua yang paling banyak diperdagangkan setelah minyak bumi (POLTA, 2022). Keberhasilan agribisnis kopi membutuhkan dukungan semua pihak yang terkait dalam proses produksi kopi pengolahan dan pemasaran komoditas kopi (Oktaviansyah, 2021).

Budidaya kopi sangatlah cocok di Indonesia dikarenakan memiliki iklim tropis yang merupakan iklim terbaik untuk pertumbuhan kopi. Tidak salah apabila kopi merupakan komoditas yang memiliki potensi besar di Indonesia baik untuk memasok kebutuhan dalam negeri hingga memasok kopi ke mancanegara. Perkembangan usaha pada bidang minuman terutama yang terbuat dari kopi juga terlihat telah berkembang cukup pesat di era ini. Semakin banyak merek asing yang masuk ke dalam negeri, seperti *Starbucks Coffee*, *Dunkin' Donuts*, dan masih banyak lagi. Adapun merek lokal yang juga telah berkembang pesat dan dapat menjadi pesaing yang kuat untuk merek asing seperti Kopi Kenangan, Janji Jiwa, Kopi Lain Hati, Kopi Tuku, Belikopi, dan lain sebagainya. Tidak diragukan lagi merek dari produk minuman kopi tersebut akan menjadi terkenal karena kualitas produknya juga. Kopi sendiri merupakan salah satu bahan minuman dengan jumlah rata-rata konsumsi yang cukup besar dalam kelompok bahan minuman yang dikonsumsi masyarakat dalam kurun waktu satu minggu (BPS, 2022).

Adapun data jumlah konsumsi kopi perkapita di Kabupaten Gresik dan sekitarnya dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut.

Tabel 1. 1 Rata-Rata Konsumsi Kopi Perkapita di Kabupaten Gresik dan Sekitarnya (satuan komoditas)

Kabupaten/Kota	Rata-rata Konsumsi Kelompok Bahan Minuman Kopi (ton/kapita/minggu)				
	2018	2019	2020	2021	2022
Kabupaten Gresik	0,242	0,246	0,237	0,277	0,238
Kota Mojokerto	0,184	0,197	0,191	0,177	0,143
Kota Surabaya	0,075	0,098	0,102	0,100	0,117
Kabupaten Sidoarjo	0,097	0,149	0,144	0,136	0,204

Sumber : Badan Pusat Statistika (2022)

Berdasarkan data pada tabel 1.2, rata-rata konsumsi kopi oleh masyarakat di Kabupaten Gresik menjadi salah satu yang tertinggi di antara beberapa kabupaten atau kota yang berada di sekitarnya selama 5 tahun terakhir. Pencapaian tertinggi berada pada tahun 2021 dengan Persentase sebesar 0,277%, meskipun sempat mengalami penurunan juga pada tahun 2022. Adanya peningkatan konsumsi kopi di Kabupaten Gresik selama 5 tahun terakhir tersebut, secara tidak langsung diakibatkan tingginya minat masyarakat yang ada di Kabupaten Gresik dalam mengonsumsi minuman kopi. Peningkatan konsumsi minuman kopi tersebut pada akhirnya juga menyebabkan para pengusaha minuman kopi bersaing untuk memenuhi permintaan konsumen, yang berarti mereka juga harus memahami preferensi konsumen terhadap produk kopi (Novela, 2023).

Kedai kopi di Indonesia berkembang dengan cepat, dan persaingannya pun juga sangat ketat. Orang Indonesia sendiri sangat menyukai kopi dikarenakan pergeseran gaya hidup dan tren masyarakat, termasuk tren nongkrong di kedai kopi yang menyebabkan bisnis kedai kopi mengalami kemajuan yang sangat pesat. Setiap bisnis kedai kopi harus memiliki pasar dan konsep yang unik. Adapun data

jumlah cafe / *coffee shop* yang ada di Kabupaten Gresik dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut.

Tabel 1. 2 Jumlah Cafe/*Coffee Shop* di Kabupaten Gresik Tahun 2014 – 2018 (Unit)

Kabupaten/Kota	Jumlah Cafe/ <i>Coffee Shop</i> di Kabupaten Gresik Tahun 2014 – 2018 (Unit)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Gresik	23	23	23	105	106

Sumber : Badan Pusat Statistika (2019)

Berdasarkan data pada tabel 1.2, terlihat jumlah *coffee shop* pada tahun 2014 – 2016 yang stagnan hanya berjumlah 23 unit saja dan pada tahun 2017 mulai mengalami peningkatan menjadi sebanyak 105 *coffee shop* dan tahun 2018 sebanyak 106 unit cafe atau *coffee shop* yang berdiri di Kabupaten Gresik. Semakin banyaknya jumlah *coffee shop* yang ada tersebut tentunya membuat persaingan antar *coffee shop* semakin tinggi. Demi bertahan dalam pasar yang kompetitif, pemilik kedai kopi dituntut untuk membuat bisnis mereka memiliki keunikan tersendiri. Pemilik usaha harus memahami bagaimana pelanggan bertindak saat memilih produk. Pemilik usaha juga harus dapat membangun keunggulan bersaing atas barang dan jasa mereka.

Tabel 1.3 Data Kompetitor *Coffee Shop* di Kecamatan Driyorejo

Nama	Alamat
Talk Kopi	Ruko City 9, Jl. Raya Kalimaya No.10, Mulung
Bleuing Coffee Shop	Jl. Raya Kalimaya No.7, Mulung
Spiner Coffee	Jl, Raya Petiken, Mulung
Family Coffee	Perum Graha Anom Sari B3/26, Dusun Sumpat
Scooter Cafe	Ruko Sentraland, Jl. Mirah Delima Blok B No. 34
La Vilos Coffee CBD	Ruko Citraland Driyorejo N2-06, Mulung
Java Coffee	Jl. Batu Mulia 11B / B-27, Mulung
Kedai Coffee K 21 NO	Jl. Raya Petiken, Mulung
Navy Coffee	Dusun Gadung
Kopi Djoni	Jl. Raya Batu Mulia No.45, Mulung
Redjoe Kopi	Sentra Bisnis Driyorejo Blok B2, 18A, Jl, Raya Batu Mulia No. 12D, Mulung
Pernah Kopi	Jl. Raya Cangkir RT 13/RW 03, Dusun Gading

Sumber : Data Observasi Penulis (2024)

Setiap *coffee shop* berusaha memberikan fasilitas terbaik, seperti tempat dan suasana yang nyaman, fasilitas lengkap seperti *work space*, AC, Wi-Fi, bahkan kafe dengan desain interior yang unik dan kombinasi fungsi yang sebelumnya tidak berkaitan, seperti perpustakaan atau ruang baca. *Coffee Shop* sendiri menjadi salah satu bisnis yang sangat berkembang di Kabupaten Gresik dimana ditandai dengan mulai banyaknya jumlah kedai kopi yang telah menjamur di seluruh sudut Kabupaten Gresik. Salah satu kedai kopi yang sering dikunjungi oleh berbagai kalangan khususnya anak muda saat ini adalah Belikopi.

Usaha Belikopi ini tergolong usaha kelas menengah yang mulai turut berkembang di area Surabaya Raya, tidak terkecuali Kabupaten Gresik. Salah satu kedai yang terbilang cukup ramai adalah kedai Belikopi Driyorejo Kabupaten Gresik. Lokasinya yang strategis berada di Kota Baru Driyorejo dimana merupakan salah satu kawasan perumahan yang terkenal dengan wisata kuliner serta desain interior dari *coffee shop* ini mengusung konsep minimalis modern dengan 2 lantai yang membuatnya terlihat lebih estetik. Belikopi juga menawarkan banyak metode pembayaran yang tentunya akan memudahkan para konsumen untuk membayar produk yang dibelinya.

Tabel 1.4 Data Produk Minuman Kopi Belikopi Driyorejo Terjual pada 4 Januari 2024 (cup/hari)

No	Varian Menu	Jumlah (Unit)
1	Kopi Susu Gula Aren	36
2	Kopi Hitam	4
3	Kopi Susu Bandung	3
4	Kopi Susu Nusantara	5
5	Kopi Chocolate	23
6	Kopi Avocado	2
7	Americano	7
8	Caramel Susu	11
9	Caramel Macchiato	18
10	Hazelnut Latte	4
11	Vanilla Latte	3

Lanjutan Tabel 1.4

No	Varian Menu	Jumlah (Unit)
12	Cappucino	9
13	Kopi Milo	7
14	Kopi Jelly Gula Aren	1
	Total	132

Sumber : Belikopi Driyorejo (2024)

Belikopi menjual berbagai varian minuman kopi maupun non-kopi dengan harga yang sangat terjangkau mulai dari Rp 7.000,- sampai Rp 13.000,- saja untuk yang *regular size* dan adanya penambahan biaya sekitar Rp 3.000,- sampai Rp 5.000,- untuk *upgrade size*. Terdapat juga ukuran kemasan botol 1 liter yang dijual dengan harga mulai dari Rp 35.000,- sampai Rp 65.000,-. Belikopi juga menawarkan penambahan ekstra *topping* untuk minumannya, seperti *topping* boba, *jelly*, dan *macchiato* dengan harga mulai dari Rp 2.000,- sampai Rp 2.500,- saja.

Banyaknya hal yang ditawarkan oleh pihak Belikopi kepada konsumennya merupakan salah cara untuk mengetahui keinginan. Keinginan konsumen sendiri dapat dibentuk dari pengalaman sebelumnya yang membuat konsumen merasa puas dan senang membeli produk tersebut, dan setelah konsumen merasakan kecocokan dengan suatu produk, maka mereka akan terus menggunakannya serta terdorong untuk membeli kembali (Riza, 2019). Konsumen memiliki preferensi atau pilihannya masing-masing dengan atribut-atribut yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya, dimana konsumen Belikopi juga mempunyai penilaian tersendiri terhadap nilai yang terdapat pada produk minuman kopi yang dibelinya. Dengan mengetahui tingkat preferensi konsumen, pihak Belikopi dapat menentukan pilihan konsumen bila dihadapkan pada beragam pilihan produk yang sejenis sehingga dapat dilakukan evaluasi dari kelebihan dan kelemahan terhadap produk tersebut.

Kegiatan evaluasi alternatif sendiri menghasilkan sebuah keputusan pembelian oleh seorang konsumen terhadap merek tertentu. Belikopi sebagai pelaku usaha perlu mengetahui selera konsumen dalam menentukan pilihannya terhadap produk minuman kopi. Munculnya niat atau keinginan untuk membeli produk minuman kopi, maka konsumen tersebut juga harus membuat keputusan pembelian dengan mempertimbangkan atribut-atribut yang melekat pada produk minuman kopi tersebut. Beberapa atribut yang mungkin dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih produk minuman kopi antara lain dari segi harga, rasa, cara penyajian, varian, kemasan, suasana, dan fasilitas. Adanya berbagai penawaran yang diberikan, tidak menjadikan pihak Belikopi berdiam diri di tempat dan tidak melakukan inovasi apapun. Demi eksistensinya juga, kedai kopi Belikopi harus memahami kebutuhan dan keinginan dari konsumennya di tengah persaingan bisnis kopi yang ketat ini, sehingga mereka tidak akan kehilangan pelanggan juga.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis tertarik melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen produk minuman kopi dan menganalisis preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian produk minuman kopi di Belikopi Driyorejo Kabupaten Gresik, sehingga peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kopi di Belikopi Driyorejo Kabupaten Gresik”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen dalam pembelian produk minuman kopi di Belikopi Driyorejo Kabupaten Gresik?
2. Bagaimana preferensi konsumen terhadap produk minuman kopi di Belikopi Driyorejo Kabupaten Gresik?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen dalam pembelian produk minuman kopi di Belikopi Driyorejo Kabupaten Gresik.
2. Menganalisis preferensi konsumen terhadap produk minuman kopi di Belikopi Driyorejo Kabupaten Gresik.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

#### **a. Bagi Mahasiswa**

1. Menambah wawasan serta pengetahuan mengenai preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian minuman kopi di Belikopi Driyorejo Kabupaten Gresik.
2. Mahasiswa juga akan memiliki kemampuan untuk mengaplikasikan metode dan pengetahuan yang diperoleh selama studi di perguruan tinggi untuk menganalisis permasalahan yang ada pada lokasi penelitian dan mencari solusi atau penyelesaiannya.

b. Bagi Pihak Belikopi Driyorejo

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pengetahuan baru dan rekomendasi bagi pihak Belikopi Driyorejo Kabupaten Gresik yang bisa dijadikan dasar prospek peluang pengembangan produk minuman kopi miliknya agar dapat selalu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya.
2. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai saran – saran jika ada permasalahan dalam pengambilan keputusan pada preferensi konsumen di *coffee shop* Belikopi Driyorejo Kabupaten Gresik.

c. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan tambahan referensi atau sumber bacaan untuk memperluas wawasan dan menambah ilmu pengetahuan pembaca dalam upaya memperdalam ilmu tentang preferensi konsumen dan keputusan pembelian.

### **1.5. Batasan Penelitian**

Batasan penelitian ini dibuat agar penelitian lebih spesifik dan fokus untuk membatasi permasalahan yang diteliti, sehingga peneliti membuat batasan penelitian bahwa waktu pengambilan data responden penelitian banyak dilakukan di malam hari di mana kondisi konsumen di Belikopi Driyorejo lebih ramai.