

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu minuman yang sangat populer dan banyak digemari oleh sebagian besar orang di berbagai belahan dunia (Paryanto, 2025). Minuman ini tidak hanya menjadi bagian dari kebiasaan sosial dan budaya di banyak masyarakat, tetapi juga telah menjadi komoditas penting dalam perdagangan global. Indonesia termasuk salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia, hal ini dibuktikan dengan peringkatnya yang berada pada urutan ke-4 sebagai produsen kopi terbesar dunia setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia (Kopi, 2022).

Konsumsi kopi di Indonesia menunjukkan tren peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data International Coffee Organization (ICO), konsumsi kopi Indonesia mencapai sekitar 5 juta kantong (60 kg) pada periode 2020/2021, mencerminkan salah satu konsumsi tertinggi dalam sepuluh tahun terakhir dan menempatkan Indonesia sebagai salah satu negara dengan konsumsi kopi domestik terbesar di dunia. (Porajou *et al.*, 2024) Penelitian ini juga menunjukkan bahwa tren konsumsi kopi domestik Indonesia terus berkembang meskipun produksi kopi nasional cenderung stagnan, di mana data proyeksi menunjukkan konsumsi domestik sekitar 379.655 ton pada 2022 dan sedikit menurun menjadi 361.837 ton pada 2026, menunjukkan dinamika kompleks antara produksi dan konsumsi di pasar domestik (Zargustin *et al.*, 2026). Selain itu, permintaan kopi dalam negeri cenderung meningkat karena faktor gaya hidup, terutama di kalangan generasi muda, yang menjadi bagian penting dari dinamika konsumsi kopi nasional (Paryanto, 2025).

Pertumbuhan budaya ngopi di Indonesia tidak hanya tercermin dari tingkat konsumsi kopi yang meningkat, tetapi juga dari ekspansi jumlah kedai kopi yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir, yang menjadi indikator penting dari dinamika industri kopi domestik; menurut data terbaru *Specialty*

Coffee Association of Indonesia dan survei Point of Interest (POI), Indonesia memiliki sekitar 461.991 kedai kopi pada November 2025, menjadikannya negara dengan jumlah kedai kopi terbanyak di dunia dan mencerminkan peran kedai kopi sebagai ruang sosial multifungsi dalam kehidupan masyarakat moderen Indonesia. Kedai kopi tidak hanya berfungsi sebagai tempat menikmati minuman, tetapi juga sebagai ruang kerja, pertemuan informal, dan pusat interaksi sosial (fenomena nongkrong) yang semakin populer di kalangan generasi muda dan pekerja urban, sehingga kedai kopi berperan penting dalam membentuk ekosistem konsumsi kopi nasional sekaligus peluang usaha dalam sektor *food and beverage* yang terus berkembang.

Seiring dengan perubahan gaya hidup tersebut, kedai kopi di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dan menjadi bagian dari kehidupan masyarakat moderen. Kondisi ini mendorong pelaku usaha untuk menjaga kualitas produk serta menetapkan harga yang sesuai dengan persepsi konsumen. Kualitas produk dan harga menjadi aspek penting yang harus dikelola secara tepat agar kedai mampu mempertahankan minat dan kepuasan pelanggan.(Afdhaliana, 2020).

UMKM Kedai menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat seiring dengan meningkatnya jumlah kedai kopi dan perubahan ekspektasi konsumen. Untuk tetap relevan dan kompetitif, pelaku UMKM perlu merancang dan menerapkan strategi yang tepat, seperti menjaga kualitas produk, menetapkan harga yang sesuai dengan persepsi nilai konsumen, memanfaatkan pemasaran digital, serta membangun keterlibatan komunitas pelanggan. Hal ini terlihat dalam strategi yang dijalankan oleh Kedai Teduh Kenduri Kopi di Kota Medan, yang memanfaatkan diferensiasi berbasis suasana kedai, interaksi personal dengan pelanggan, pemasaran melalui media sosial, serta konsistensi harga dan kualitas sebagai upaya untuk mempertahankan popularitas dan loyalitas pelanggan di tengah persaingan Kedai modern (Rahmallah, NadhifahNasution *et al.*, 2025).

Konteks agribisnis kedai tidak hanya berfungsi sebagai penyedia minuman, tetapi juga sebagai bagian dari rantai nilai produk, mulai dari

produksi kopi hingga pengolahan dan pemasaran. Kualitas kopi yang dihasilkan sangat dipengaruhi oleh proses produksi standar, Teknik penyeduhan, dan standar penyajian. Menurut (Ferrel, 2011), kualitas produk yang konsisten mengacu kepada sejauh mana suatu produk memiliki kualitas pada level yang sama dalam waktu yang lama. Konsistensi berarti memberikan konsumen kualitas yang mereka harapkan setiap mereka membeli suatu produk. Oleh karena itu, evaluasi produk menjadi faktor krusial dalam menentukan kesuksesan bisnis

Selain kualitas produk., harga juga menjadi pertimbangan dalam menilai kepuasan pelanggan. Namun, penelitian (Hamsidar *et al.*, 2025) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial, meskipun secara simultan harga bersama kualitas produk tetap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen kedai kopi lebih mengutamakan kualitas produk dibandingkan harga dalam menentukan tingkat kepuasan..

Perilaku konsumen di masa depan akan dipengaruhi oleh kepuasan yang dihasilkan dari mengonsumsi produk kopi. Konsumen yang merasa puas cenderung menjadi pelanggan setia, merekomendasikan produk kepada orang lain, dan melakukan pembelian ulang. Menurut (Dodi Ria Atmaja & Putri Lestari, 2025), kepuasan pelanggan merupakan penilaian positif konsumen terhadap produk setelah digunakan, dan tingkat kepuasan yang tinggi berpengaruh pada terbentuknya loyalitas serta kemungkinan konsumen kembali membeli produk tersebut, sedangkan ketidakpuasan membuat konsumen lebih mudah beralih ke produk lain. Karena itu, kepuasan pelanggan merupakan indikator penting bagi keberhasilan suatu Kedai.

Meningkatnya jumlah Kedai di Kabupaten Bojonegoro menyebabkan persaingan usaha di sektor ini menjadi semakin kompetitif. Salah satu kedai kopi yang ada di Bojonegoro adalah Kedai Rimpang. Dalam kondisi tersebut, kualitas produk dan harga menjadi faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian (Ruslim *et al.*, 2024) menunjukkan bahwa kualitas kopi, kualitas layanan, dan harga berpengaruh positif terhadap

kepuasan pelanggan pada salah satu outlet Kopi Kenangan di Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan muncul ketika produk yang diterima sepadan dengan harga yang dibayarkan.

Kedai Rimpang adalah sebuah kafe yang berlokasi di Desa Ngampel Kabupaten Bojonegoro, yang khususnya menyajikan makanan dan minuman, terutama minuman kopi. Kedai Rimpang menawarkan konsep kafe dengan fasilitas indoor dan outdoor serta menyediakan berbagai jenis menu, dengan kopi yang menjadi salah satu menu unggulan yang banyak diminati konsumen. Seluruh menu minuman kopi di Kedai Rimpang menggunakan bahan dasar dari blend kopi Arabika dan Robusta. Pemilihan perpaduan kedua jenis kopi tersebut didasarkan pada karakteristik masing – masing, arabika dikenal memiliki aroma yang khas, cita rasa yang lebih halus, dan tingkat keasaman yang seimbang, sedangkan robusta memiliki rasa yang lebih kuat. Perpaduan tersebut menghasilkan cita rasa yang seimbang sehingga menjadikan aspek rasa, aroma, penyajian, konsistensi mutu produk sebagai faktor penting yang dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan kepuasan setelah melakukan pembelian. Keberadaan Kedai Rimpang sebagai usaha makanan dan minuman menjadikan objek yang relevan untuk diteliti terkait kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan.

Meskipun banyak penelitian telah membahas pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan, masih terdapat celah penelitian. Sebagian besar penelitian dilakukan pada kedai kopi berskala besar atau di wilayah perkotaan. Penelitian pada kedai kopi UMKM di daerah non-sentra kopi seperti Bojonegoro masih terbatas, khususnya dengan fokus pada produk minuman kopi berbasis blend arabika – robusta sebagai komoditas pertanian di tingkat hilir. Selain itu., terdapat perbedaan hasil penelitian mengenai pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan, sehingga diperlukan pengujian ulang pada konteks lokal Kedai Rimpang

Berdasarkan uraian tersebut penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan harga minuman kopi berbasis blend arabika – robusta terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Rimpang, Desa Ngampel Kabupaten

Bojonegoro, perlu dilakukan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji secara empiris hubungan antara kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran persepsi konsumen serta menjadi dasar bagi pemilik usaha dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk minuman kopi berbasis blend arabika – robusta berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan Kedai Rimpang di Desa Ngampel, Bojonegoro?
2. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Rimpang, Desa Ngampel, Kabupaten Bojonegoro?
3. Apakah kualitas produk dan harga minuman kopi berbasis blend arabika - robusta berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Rimpang Desa Ngampel, Kabupaten Bojonegoro?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk minuman kopi berbasis blend arabika – robusta secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Rimpang, Desa Ngampel, Kabupaten Bojonegoro.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Rimpang, Desa Ngampel, Kabupaten Bojonegoro.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga minuman kopi berbasis blend arabika – robusta secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Rimpang Desa Ngampel Kabupaten Bojonegoro.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat

Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu agribisnis, khususnya pada aspek pemasaran produk kopi hilir, mengenai pengaruh kualitas produk dan harga minuman kopi berbasis blend arabika – robusta terhadap kepuasan pelanggan pada usaha

café berbasis komoditas perkebunan. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas kepuasan pelanggan pada sektor agribisnis hilir, khususnya produk kopi.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Pemilik dan Pengelola Kedai Rimpang

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan evaluasi bagi pemilik dan pengelola Kedai Rimpang mengenai:

1. tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk minuman kopi berbasis blend arabika – robusta
2. kesesuaian harga dengan kualitas yang dirasakan konsumen
3. serta faktor yang paling dominan memengaruhi kepuasan konsumen

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan kualitas produk minuman kopi berbasis blend arabika – robusta maupun penetapan harga yang lebih tepat guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen

b. Bagi Mahasiswa/Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengalaman peneliti dalam menerapkan teori-teori pemasaran dan agribisnis secara nyata, khususnya terkait analisis kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi sarana pengembangan kemampuan peneliti dalam melakukan penelitian kuantitatif, pengolahan data, serta analisis statistik.

c. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan bagi akademisi atau peneliti lain yang akan melakukan penelitian sejenis, khususnya yang berkaitan dengan kualitas produk kopi, harga, dan kepuasan pelanggan pada usaha kedai atau UMKM berbasis produk pertanian.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian diperlukan agar penelitian lebih fokus dan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditentukan. Batasan penelitian ini dimaksudkan untuk memperjelas lingkup pembahasan agar hasil penelitian

dapat lebih terarah dan mendalam. Batasan penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada produk minuman kopi yang dijual Kedai Rimpang dan tidak mencakup produk non kopi.
2. Variabel yang diteliti terbatas pada Kualitas Produk dan Harga Minuman Kopi sebagai variabel independen, serta kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen.
3. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Kedai Rimpang yang pernah membeli produk minuman kopi.