

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Era ini pangan menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat Indonesia semakin meningkat dengan seiringnya pertumbuhan hidup yang sangat begitu pesat. Secara garis besar pangan merupakan yang berkaitan dengan makan ataupun minuman yang menjadi konsumsi oleh manusia (Suhardjo, 2011). Di Indonesia permintaan pangan meningkat pesat, hal ini bukan karena masyarakat Indonesia semakin tahun terus bertambah jumlah kelahirannya. Akan tetapi ada sebab lain yaitu masyarakat Indonesia menginginkan kualitas pangan yang memiliki gizi tinggi untuk kebutuhan konsumsi sehari-hari. Dari beberapa jenis pangan yang memiliki manfaat untuk tubuh yaitu kopi.

Kopi merupakan salah satu hasil pengolahan berasal dari sektor pertanian untuk dijadikan minuman yang sangat dibutuhkan masyarakat untuk membantu dalam proses metabolisme tubuh, selain itu juga sebagai penghilang dahaga atau bentuk kebiasaan untuk menemani kegiatan sehari-hari. Kopi menjadi salah satu jenis minuman yang sangat terkenal dikalangan masyarakat. Kopi menjadi minuman paling banyak dikonsumsi masyarakat setelah teh. Kopi baik dinikmati panas maupun dingin, selera untuk menikmati kopi sudah terbawa secara turun temurun hingga sekarang (Sudiarto, 2012). Kopi berasal dari sektor pertanian yang memiliki katan latin *Coffea canephora Pierre* untuk jenis kopi robusta, dan *Coffea Arabica L* untuk jenis arabika. Kopi memiliki tingkat kandungan di dalamnya yaitu kafein, kafein ini memiliki senyawa *alkaloid xantin* (basa Purin) yang secara alami ada dalam kopi. Kafein memiliki efek farmakologis, seperti merangsang sistem

saraf pusat, menghilangkan rasa kantuk, dan meningkatkan konsentrasi (Fajara, 2017).

Kegiatan minum kopi ini sudah menjadi gaya hidup bagi masyarakat terutama kalangan anak-anak generasi milenial dan bukan saja sekedar minuman rasa kantuk. Hal ini menggambarkan dari banyaknya kafe atau kedai-kedai penjual minuman dari bahan dasar kopi di seluruh Indonesia. Agar dapat menikmati kopi yang memiliki kualitas tidak hanya di Starbucks atau di *Coffe Bean*. Sebab kafe penjaja minuman seduhan bahan dasar kopi lokal kini sudah banyak di mana-mana, mulai dari mini kafe, mall hingga pinggir-pinggir jalan.

Menurut Badan Pusat Statistika (2016) konsumsi kopi di Indonesia pada tahun 2016 mencapai sekitar 250.000 ton dan tumbuh 10,54 % menjadi 276.000 ton. Pertumbuhan konsumsi kopi Indonesia sepanjang periode 2016-2021 diprediksi akan tumbuh rata-rata 8,22%/tahun. Pada tahun 2021, pasokan kopi ini akan diprediksi mencapai 795.000 ton dengan jumlah konsumsi 370.000 ton, hal itu sehingga terjadi surplus 425.000 ton. Sekitar 94,5% jumlah produksi kopi di Indonesia yang dipasok dari pengusaha kopi perkebunan rakyat. Selain itu sekitar 81,87% produksi kopi di Indonesia merupakan jenis kopi Robusta yang berasal dari sentra kopi di Sumatra Selatan, Lampung, Bengkulu, Jawa Timur dan Jawa Tengah.

Pada umumnya diketahui ada empat jenis kopi didunia yaitu kopi arabika, kopi robusta, kopi liberika dan kopi ekselsa. Dari empat jenis kopi tersebut, kopi arabika dan kopi robusta memiliki nilai ekonomi yang lebih dan diperdagangkan secara komersil. Sedangkan nilai ekonomi yang rendah dan kurang komersial yaitu

kopi liberika dan kopi ekselsa (Rahardjo, 2013). Kopi arabika dan robusta merupakan dua jenis kopi yang dikenal di Indonesia. Banyak *coffe shop* di Indonesia menggunakan jenis kopi robusta dan arabika untuk hasil olahannya. Kopi dapat diolah menjadi bahan minuman murni dan instan, kopi murni adalah hasil olahan biji kopi (*green bean*) menjadi biji kopi yang sudah di sangrai (*roast bean*) menjadi bubuk kopi siap disajikan.

Saat ini kopi murni sangat ramai digandrungi oleh para konsumen, baik *specialty*, premium, ataupun kopi komersil. Semakin meningkatnya trend kopi juga dapat dilihat dari peningkatan konsumsi kopi di Indonesia. Kopi sudah menjadi gaya hidup bahkan kebutuhan bagi masyarakat luas dengan golongan konsumen yang sesuai target dari ketiga jenis kopi tersebut. Kopi *specialty* yang awalnya hanya dikonsumsi oleh para pecinta kopi kini juga mulai diminati oleh para kalangan muda kekinian. Begitu juga dengan kopi premium yang pemasarannya semakin luas, bahkan hampir setiap kedai kopi menyediakan kopi ini baik untuk dinikmati dengan seduhan manual maupun diolah menjadi *espresso*. Berkembangnya *coffee shop* salah satunya di sekitar kampus UMY ada beberapa usaha *coffe shop* yang menyajikan minuman kopi antara lain Riphy Coffee Roastery, Sekonco Coffe, Levian Coffe, Sinau Coffe, Ultimate Coffe, Point Coffe, Ngesis Coffee Jogja, dan Ndalem Coffee 18.

Pelaku usaha *coffe shop* memiliki ciri khas masing-masing seperti model, dan metode penyajiannya, hal ini bisa mempengaruhi selera atau pilihan konsumen terhadap suatu produk. Karena adanya perbedaan ciri khas produk dan pelayanan, konsumen dapat dengan mudah beralih produk-produk dari *coffe shop* yang lain

bahkan menjadi konsumen produk pesaing, selain itu juga atribut produk adalah unsur-unsur yang menjadi dasar pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen (Tjiptono, 2012). Riphy Coffee Roastery di kemas dengan tagline “*Coffe ART and Friendship*” dengan bahan dasar kopi pilihan yang di ambil dari beberapa wilayah, seperti Lombok, Lampung, Yogyakarta, Jawa Barat, dan Jawa Tengah. Menawarkan rasa yang ciri khas yang di miliki oleh Riphy Coffee Roastery untuk konsumen. Kegiatan usaha ini muncul dengan inovasi yang baru yaitu mengolah kopi berkualitas dengan treatment yang dimiliki pelaku usaha ini agar memiliki rasa pada kopi yang khas. Mereka mengolah kopi ini dengan teknik roasting agar mendapatkan kualitas rasa tersendiri dari kopi tersebut dan juga mereka memasukkan sebagai kopi pilihan dari daerah-daerah seperti Jawa Barat Lombok Jawa Tengah dan Yogyakarta.

Harga yang disuguhkan oleh Riphy Coffee Roastery terbilang cukup murah. Mulai dari Rp5.000 sampai hingga Rp22.000 konsumen sudah dapat mencicipi produk olahan kopi yang berkualitas dari outlet Riphy Coffee Roastery di Desa Tamantirto Kecamatan kasihan kabupaten Bantul. Riphy Coffee Roastery sejak tahun 2017 didirikan hingga saat ini terbukti sudah memiliki pelanggan tetap dan dikenal luas oleh kalangan penikmat kopi khususnya untuk pelajar ataupun mahasiswa dalam 3 tahun saja. hingga saat ini mereka membuat ciri khas dari Riphy Coffee Roastery yaitu adalah *Cold Brew* mulai dari *Cold Brew Baper* dan *Cold Brew Kasmaran*. Menurut Todd Simpsons (1964) *Cold Brew* merupakan salah satu olahan produk kopi yang aman untuk pencernaan. Hal ini menjadi fakta yang membuat penelitian tertarik untuk mencari tahu bagaimana kepuasan konsumen

terhadap Riphy Coffee Roastery di desa Tamantirto Kecamatan kasihan kabupaten Bantul.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang ataupun kecewa dari seseorang setelah melakukan perbandingan antara realita dan ekspektasi konsumen. Jika merasa puas dengan apa yang diberikan oleh pelayanan atau produk Riphy Coffee Roastery, maka sangat besar kemungkinannya konsumen menjadi pelanggan tetap. Produk sangat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan keputusannya untuk membeli suatu produk karena berbagai alasan. Dengan bahasa yang berbeda, kepuasan konsumen pada Riphy Coffee Roastery adalah suatu tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Saat konsumen Riphy Coffee Roastery merasakan kepuasan yang besar terhadap suatu produk yang diterimanya setelah membandingkan dengan apa yang diharapkan, maka kemungkinan besar bahwa konsumen tersebut akan memilih dan membeli produk itu lagi yang akan membuat konsumen menjadi pelanggan tetap dalam kurun waktu yang lama.

Kedai Riphy Coffee Roastery memiliki konsumen yang bervariasi dari kalangan remaja hingga dewasa. Kedai Riphy Coffee Roastery bisa dbilang tempat yang cukup ramai dikunjungi dibandingkan kedai kopi di sekitar tempat tersebut, tetapi promosi yang diberikan terhadap konsumen kurang memuaskan dan lokasi yang kurang memenuhi harapan konsumen. Dari uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut profil para konsumen dan tingkat kepuasan konsumen di Riphy Coffee Roastery di Desa Tamantirto Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul.

**B. Tujuan**

1. Untuk mendeskripsikan profil Riphy Coffee Roastery di Desa Tamantirto Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul.
2. Untuk menganalisis kepuasan konsumen di Riphy Coffee Roastery di Desa Tamantirto Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul.

**C. Kegunaan**

1. Sebagai informasi oleh pihak Riphy Coffee Roastery untuk melakukan pengembangan produk dan menetapkan strategi dalam hal pelayanan berdasarkan tingkat kepuasan konsumen Riphy Coffee Roastery.
2. Sebagai salah satu referensi bagi pelaku usaha untuk mengembangkan suatu produk serta menciptakan strategi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen khususnya di bidang olahan kopi.
3. Sebagai bahan pengetahuan umum bagi akademisi yang melakukan penelitian lebih lanjut mengenai kepuasan konsumen di olahan kopi.