

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Warung kopi adalah tempat yang sering dikunjungi oleh masyarakat berbagai latar belakang, sosial budaya untuk berkumpul, diskusi, ngobrol santai, dialog warga, opini masyarakat berbagai macam latar belakang, minum bersama untuk mendapatkan suatu informasi bermanfaat yang didapatkan (Prabowo, 2013). Tidak dipungkiri persaingan bisnis berbahan dasar kopi ini sangat diminati. Hal ini dipandang sebagai peluang bisnis oleh para pelaku usaha sekaligus menunjukkan adanya kondisi yang kondusif dalam berinvestasi dibidang industri kopi, hingga saat ini banyak kedai kopi yang bermunculan, tak terkecuali di Jombang terdapat 60 Warung Kopi atau Kedai Kopi (Firdaus, 2020). Investasi pada industri kopi yang menarik pelaku usaha dan dinilai sebagai peluang bisnis yang baik yaitu dengan mendirikan usaha kafe dan warung kopi berkonsep *trend* masa kini. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia warung adalah tempat minum kopi yang pengunjungnya dihibur dengan fasilitas seperti *wifi* dan *free cargher*, atau tempat minum yang pengunjungnya dapat memesan minuman, seperti kopi, teh dan kue-kue atau juga disebut dengan kedai kopi (*coffee shop*) (Indonesia, 2020).

Di Indonesia, *Coffee shop* biasa disebut warung kopi. Warung kopi mulai hadir di tengah-tengah saat ini, mulai dari pelosok desa, hingga di pusat perkotaan. Warung kopi di Kabupaten Jombang semakin menjamur di seluruh pelosok kota. Pelaku usaha harus menghasilkan kinerja yang baik untuk meningkatkan profitabilitas usaha agar keberlangsungan bisnisnya terjaga. Keberlangsungan bisnis dipengaruhi oleh faktor *internal* maupun *eksternal*. Faktor *eksternal* yang dianggap cukup berpengaruh pada keuntungan sebuah bisnis adalah dengan keberadaan pesaing. Maraknya persaingan antar warung kopi tentunya menuntut pelaku usaha untuk menciptakan keunggulan-keunggulan pada warung kopi yang dimiliki.

Menurut (Hadi, 2011) peningkatan refrensi pelanggan sebesar 5% dapat menghasilkan peningkatan laba dalam jangka panjang sebesar yaitu sebanyak 25% sampai dengan 95%. Banyak cafe yang menyajikan menu serupa bahkan memiliki spesifikasi bersaing yang hampir sama, memungkinkan munculnya kejenuhan pasar. Kejenuhan pasar ini akan mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Konsumen yang merasa jenuh akan mengurangi frekuensi pembelian terhadap suatu produk. Oleh karena itu, banyak warung kopi yang berlomba-lomba menciptakan ciri khas atau keunikan agar memiliki nilai lebih tersendiri bagi pelanggan. Masing-masing warung kopi yang berada di jombang memiliki identitas berbeda dan saling menawarkan ciri khasnya untuk menarik perhatian konsumen. Tidak heran jika banyak warung kopi yang didesain

dengan nyaman dan gaya yang unik agar konsumen tertarik untuk mengunjungi. Terlebih lagi warung kopi juga menyajikan menu hidangan kopi yang berbeda dari yang lain, sehingga membuat konsumen menjadi betah untuk berlama-lama. Salah satu warung kopi yang berada di Jombang adalah Warung Kopi Gaul yang terletak di Peterongan.

Warung kopi gaul merupakan warung kopi yang berdiri sejak 24 Mei 2011. Sejarah “Warkop Gaul” dibentuk pada akhir tahun 2010 oleh pemilik Warkop Gaul dengan berangkat dari sebuah konsep warung kopi dengan tempat yang kecil dan ala kadarnya, bahkan awalnya tempat usahanya sepi pengunjung karna masih merintis di awal mula dan banyak yang belum mengerti keunggulan produk dari warung kopi tersebut. Tujuan kedai ini dibuat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan tempat “duduk santai” yang dianggap jarang ada untuk kalangan mahasiswa di Peterongan terlebih posisi yang dibawa Warkop Gaul ke benak konsumen adalah kedai yang *low cost* dan *cozy* yang berartian (low cost) bisnis biaya rendah yang memilih strategi memangkas beberapa atribut produk agar dapat meminimalisir biaya kemudian dapat menawarkan produk dengan harga lebih murah, dan (cozy) yang berartian “nyaman” untuk dikunjungi anak muda. Sejak Warkop Gaul berdiri hingga sekarang dalam hal profitabilitas memiliki perkembangan yang fluktuatif, warkop Gaul mengalami peningkatan.

Bulan	Jumlah pengunjung	Penghasilan bulanan
Maret	1.526	Rp. 5237657
April	1.537	Rp. 5572614

Sumber: laporan Keuangan warung kopi gaul cak pi'i

Meminum kopi kini semakin trending dan berkembang pesat, minuman berkafein tersebut kini menjadi populer dan terus merebak hingga ke semua kalangan masyarakat. Minuman berkafein ini, bukan lagi menjadi sebuah segelas kopi akan tetapi juga menambah inspirasi ketika para insan membutuhkan sensasi merenungkan ide yang akan di tuangkan dengan meminum kopi terlebih dahulu, dan hingga saat ini menjadi kebiasaan dari para penikmat kopi. Warung kopi sendiri adalah tempat yang sangat mudah di jumpai hampir diseluruh wilayah Indonesia. Warung kopi merupakan sebuah tempat yang tidak harus mewah, namun menawarkan banyak hal disana, warung kopi sendiri menjadi sarana bertemunya banyak orang yang awalnya tidak kenal menjadi saling kenal karena sering berjumpa di tempat tersebut dan berinteraksi melalui percakapan sesama pengunjung yang berkunjung ke warung kopi tersebut dan kebanyakan para pengunjung lebih menyukai warung kopi yang berbeda seperti “Warkop Gaul”. Karena warkop di sini ada produk yang berbeda dari warkop yang lain yaitu (Kopi Ijo), yang menjadi unggulan dari warkop gaul itu sendiri.

Para pengunjung awal mulanya penasaran dengan produk tersebut sehingga mulai mencobanya sendiri dengan memesan kopi ijo tersebut dan ada pula yang memesan kopi ijo dengan tambahan susu atau kopi ijo susu yang menjadi lebih

nikmat saat di temani dengan suasana santai yang lokasi dari wakop tersebut bersebelahan dengan sawah dan perkebunan jeruk nipis.

Seiring dengan jumlah penambahan penduduk di Kabupaten Jombang peningkatan profitabilitas usaha, perkembangan penjualan produk pun turut di optimalkan. Variasi produk terus ditingkatkan, sehingga menu-menu semakin beraneka ragam dan diperbaharui. Optimalisasi kinerja pemasaran pun dilakukan warung kopi dalam rangka menjaga konsumen dan menarik konsumen. Kinerja yang dilakukan, mewujudkan Warung Kopi Gaul menjadi sebuah warung kopi yang cukup dikenal di Jombang. Meningkatnya Warung Kopi yang tentunya menjadi kompetitor Warung Kopi Gaul di Jombang. Pada dasarnya kompetitor cenderung muncul dalam satu industri dan dapat menimbulkan ancaman yang cukup besar. Semakin banyak persaingan antar warung kopi berakibat Warung Kopi Gaul secara bertahap mengalami penurunan profitabilitas usaha yang ditunjukkan oleh adanya penurunan pada jumlah pengunjung, untuk itu penulis akan melakukan penelitian pada Warung Kopi Gaul.

Seorang konsumen akan tetap membeli produk dari Warung Kopi Gaul atau memutuskan untuk tetap membeli produk jika kualitas produk baik, pilihan produk variatif, kualitas pelayanan memuaskan dan manfaat yang didapat konsumen sebanding dengan pengorbanan, serta tertanam kesan yang baik dan menarik di hati konsumen. Keputusan pembelian adalah pembentukan referensi dari beberapa

alternatif sehingga terbentuk suatu maksud untuk membeli produk yang diinginkan. Tanggapan pembeli terdiri dari pilihan produk, pilihan merek produk, pilihan desain, dan juga menyangkut kapan terjadinya pembelian, jumlah pembelian dan tempat pembelian dilakukan (Dinawan, 2010) Untuk memperoleh laba usaha, pelaku usaha harus memperhatikan kualitas produknya.

Menurut penelitian (Safitri L. Jasmine, DKK, 2016) Bahwa terdapat 4 faktor dan 22 variabel yang terlibat dalam faktor produk, promosi, distribusi, iklan, dan pelayanan dengan presentase total varian sebesar 64,046% hasil tersebut membuktikan bahwa penelitian ini mampu menjelaskan faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini akan membahas tentang analisis faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih Warung Kopi Gaul di Peterongan Jombang. Menurut (Suryawardana dan Yani, 2017) berdasarkan analisis dan pembahasan dari hasil penelitian faktor-faktor (Suryawardana dan Yani, 2017) yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk menunjukkan bahwa harga, lokasi, fasilitas, desain produk, berpengaruh positif dan signifikan yang berarti bahwa ke empat variabel menjadi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian produk. Sedangkan menurut (Mayangsari dan Irawati, 2018) berdasarkan analisis dan pembahasan dari hasil penelitian faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk dapat ditarik kesimpulan bahwa enam

faktor dalam penelitian ini yang paling dominan dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk.

Dari pembahasan diatas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul: **“Analisis faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih Warung Kopi”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang serta beberapa jurnal terdahulu, maka peneliti mengambil rumusan masalah:

faktor-faktor apa sajakah yang dipertimbangkan konsumen memilih Warung Kopi Gaul?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini mengenai faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih Warung Kopi yang menjadi unit analisis penelitian ini adalah Warung Kopi Gaul Jombang.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

Untuk mengetahui dan menganalisa faktor – faktor yang dipertimbangkan pembeli dalam memilih Warung Kopi Gaul.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang dapat digunakan serta diterapkan oleh pembisnis kopi untuk lebih mengenal perilaku konsumen, perumusan strategi, dan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk mengenali perilaku konsumen dalam mempertimbangkan memilih Warung Kopi.

2. Manfaat Teoritis

Sebagai bahan masukan ilmu pengetahuan dan wawasan tentang obyek yang diteliti maupun untuk dikembangkan dalam melakukan penelitian lebih lanjut.