

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara agraris, yaitu negara yang mengandalkan sektor pertanian sebagai sumber kehidupan dan penunjang pembangunan. Sektor pertanian secara garis besar meliputi sektor tanaman pangan, sektor perkebunan, sektor kehutanan, sektor perikanan dan sektor peternakan. Salah satu komoditas unggulan sektor perkebunan yang menjadi tulang punggung Indonesia adalah kopi (Suryadi *et al.* 2021).

Berdasarkan Direktorat Jenderal Perkebunan (2022), Provinsi Aceh merupakan salah satu dari lima provinsi sebagai produksi kopi terbesar di Indonesia. Data tersebut menunjukkan bahwa jika dilihat dari produksi kopi yang tinggi wilayah aceh memiliki potensi yang besar. Komoditas kopi memberikan kontribusi dan peran ekonomi yang penting bagi daerah karena merupakan sumber pendapatan daerah, menyerap tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan petani (Tambarta *et al.* 2016).

Salah satu kopi yang terkenal di Indonesia adalah kopi Aceh. Saat ini di Aceh terdapat dua jenis kopi yang dibudidayakan yaitu kopi Arabika dan kopi Robusta. Untuk kopi jenis Arabika umumnya dibudidayakan di wilayah dataran tinggi Tanah Gayo, Aceh Tenggara, dan Gayo Lues, sedangkan di Kabupaten Pidie (terutama wilayah Tangse dan Geumpang) dan Aceh Barat lebih dominan dikembangkan oleh masyarakat disini berupa kopi jenis Robusta (Rukmana, 2014).

Kegiatan mengonsumsi kopi saat ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup atau *lifestyle* dari masyarakat Aceh. Gaya hidup tersebut terjadi akibat perubahan konsumsi masyarakat yang mengonsumsi kopi bukan hanya sebagai pemenuhan kebutuhan saja tetapi mengonsumsi kopi sudah menjadi suatu hal yang dianggap sebagai sesuatu yang prestise. Perilaku konsumtif inilah yang akhirnya mendorong tingkat konsumsi kopi di Aceh akan terus meningkat seiring dengan peningkatan jumlah penduduk.

Masyarakat Aceh sendiri tidak dapat dipisahkan dari kopi. Bahkan penikmat kopinya tidak terbatas pada usia, jenis kelamin, maupun keadaan

konomi. Semuanya berbaaur dalam satu tradisi tanpa adanya sekat-sekat pemisah diantara para penikmat kopi di daerah tersebut dan tak jarang melakukan kontak sosial di warung kopi. Sehingga, warung kopi menjadi destinasi pertama bagi kebanyakan orang Aceh, untuk mengobrol dengan teman, mengerjakan tugas, hingga melakukan agenda meeting. Ketika semakin banyak pelaku bisnis yang mendirikan usaha *coffee shop* tentunya tingkat persaingan juga akan semakin ketat dan membuat para pelaku bisnis harus memikirkan berbagai cara untuk dapat bertahan dan memanfaatkan setiap peluang yang ada.

Kota Lhokseumawe merupakan sebuah kota yang memiliki sentra usaha warung kopi yang terbilang cukup banyak. Pada saat ini warung kopi di kota Lhokseumawe sudah mencapai puluhan tempat yang tersebar di berbagai kecamatan yang ada di Kota Lhokseumawe. Kecamatan Muara Satu merupakan salah satu kecamatan yang menjadi tempat favorit dan banyak di kunjungi, tidak terbatas waktu baik kalangan tua maupun muda, dengan puncak ramainya kunjungan warung kopi di Kecamatan Muara Satu pada saat sore menjelang malam.

R2 Coffee merupakan salah satu warung kopi yang berada di kecamatan Muara Satu. Warung kopi ini berdiri sejak tahun 2016 yang didirikan oleh Bapak Razi. Tenaga kerja yang dimiliki R2 Coffee yaitu sebanyak 6 orang. Varian kopi yang ditawarkan pada R2 Coffee meliputi kopi sanger, kopi susu dan kopi saring. Varian kopi yang menjadi favorit konsumen yaitu kopi saring dikarenakan kopi saring yang menghasilkan kopi yang sangat pekat, harum dan bersih tanpa mengandung bubuk kopi.

Untuk harga varian kopi yang disajikan cukup variatif, mulai dari kopi saring yang ditawarkan dengan harga sebesar Rp.6.000/gelas pancung, untuk kopi sanger sebesar Rp.6.000/gelas penuh, dan untuk kopi susu ditawarkan dengan harga Rp.5.000/gelas pancung. Dengan demikian dapat diketahui bahwa harga tertinggi dari jenis kopi yang di sajikan di R2 Coffee yaitu kopi saring.

Berdasarkan observasi mendasar terkait penelitian ini maka didapatkan:

Tabel 1. Konsumsi kopi di R2 Coffee (5 – 11 Juli 2023)

Hasil observasi konsumsi kopi di R2 Coffee Batuphat (gelas per hari)			
Jenis Kopi	Kopi Saring	Kopi Sanger	Kopi Susu
Rabu	126	105	3
Kamis	80	65	2
Jumat	89	71	4
Sabtu	142	120	6
Minggu	95	74	4
Senin	83	58	1
Selasa	74	49	2
Jumlah	689	542	22

Sumber: Data primer, (diolah) 2024

Berdasarkan hasil observasi pada tabel 2, maka dapat diketahui bahwa kopi saring merupakan jenis minuman berbahan dasar kopi yang paling diminati oleh konsumen di R2 Coffee Batuphat Timur. Padahal harga kopi saring lebih tinggi dibanding harga kopi sanger dan kopi susu.

Pembelian kopi saring di R2 Coffee dipengaruhi oleh keputusan konsumen. Menurut Fatimah (2013), Sebelum konsumen menetapkan keputusan pembelian yang akan mereka lakukan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen untuk mendapatkan suatu barang atau melakukan pembelian keputusan seperti kebudayaan, pribadi, sosial dan psikologi. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian kopi saring di R2 Coffee.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian kopi saring di R2 Coffee Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian kopi saring di R2 Coffee Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis dan pihak lain yang berkepentingan, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi peneliti diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah dan memperluas wawasan serta ilmu pengetahuan khususnya tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian kopi saring.
2. Bagi pemilik usaha *coffee shop*, penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai bagaimana kondisi lingkungan merespon faktor-faktor yang dinilai menjadi keputusan pembelian pada R2 Coffee dalam aspek kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap nilai pelanggan, serta bagaimana nilai pelanggan dan citra merek masing-masing dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dan informasi untuk R2 Coffee merancang strategi untuk menarik perhatian pelanggan dan memengaruhinya dalam melakukan pengambilan keputusan dan juga informasi dalam menerapkan kebijakan-kebijakan selanjutnya dalam *coffee shop*
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan penambah wawasan dan sebagai media informasi dalam membaca literatur yang berkenaan dengan masalah-masalah yang relevan dengan penelitian ini.