

# I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Bisnis *coffee shop* (kedai kopi) di Indonesia terus mengalami pertumbuhan di berbagai tempat, mulai dari pelosok desa hingga perkotaan yang saat ini sudah mencapai 10.000 kedai kopi dan diprediksi masih akan terus tumbuh hingga tahun 2020 dengan total pendapatan dari sektor usaha bisnis kedai kopi mencapai 4,16 miliar setiap tahun (Idris, 2018). Usaha kopi kekinian sekarang mulai melejit dan sangat diminati terutama di kalangan anak muda dengan dibuktikan dari riset. Jumlah kedai kopi di Indonesia mencapai lebih dari 2.950 gerai. Angka tersebut telah mengalami peningkatan hampir tiga kali lipat dari tahun 2016 yang hanya sekitar 1000 gerai. Jumlah tersebut belum termasuk pada *coffee shop* independen di berbagai daerah karena pendataan gerai hanya pada gerai-gerai berjaringan di kota-kota besar (Arifin, 2021).

Perkembangan inovasi *coffee shop* yang meningkat pesat dengan kehadiran teknologi digital, memiliki nilai praktis, mudah dijangkau dan kenyamanan yang ditawarkan. Hal ini terbukti dari hampir semua *coffee shop* memanfaatkan sosial media sebagai salah satu media untuk promosi, terutama pada *coffee shop* yang terkenal di kalangan anak muda. Hal tersebut membuat masyarakat ingin mencari tahu lebih dalam melalui sosial media yang mereka gunakan. Karena dengan memperbaharui atau mengikuti hal yang sedang *trending* dapat meningkatkan jiwa sosial dan inovasi baru bagi anak muda (Suryani, 2021).

Provinsi Aceh merupakan satu provinsi di Indonesia yang terkenal dengan produksi kopi. Produksi kopi di Provinsi Aceh berada pada peringkat kedua tertinggi setelah produksi kelapa sawit yaitu mencapai 73.419 ton pada tahun 2020 (Badan Pusat Statistika Aceh, 2022). Secara historis sejak jaman penjajahan, Provinsi Aceh telah lama menjadi produsen kopi berkualitas tinggi. Kopi arabika yang terkenal di Provinsi Aceh yaitu kopi arabika gayo dari daerah Gayo pada ketinggian 1.200 mdpl dan memiliki sertifikasi *Fair Trade Certified* dan sertifikasi organik. Disebut organik karena pertumbuhan dan perawatan kopi gayo hingga kontrol penyakit dan hama dilakukan secara organik dan berkelanjutan tanpa bantuan zat sintetis (Baihaqi *et.al.*, 2021). Selain itu, segel organik hanya diberi

jika 95% biji kopi berasal dari pohon kopi yang ditanam secara organik dan alami.

Secara umum, usaha kopi arabika gayo di Provinsi Aceh cukup menjanjikan karena didukung dengan perilaku konsumen di Provinsi Aceh yang gemar mengkonsumsi kopi sebagai bentuk *lifestyle*, bersosialisasi, berbisnis maupun *refreshing* (Syahputra, 2018). Menurut penelitian, konsumen yang positif menikmati kopi hingga batas tertentu akan menghargai kopi karena aroma, kesenangan, kebiasaan dan cara bersosialisasi (Samoggia & Riedel, 2019). Di masa depan, kopi arabika gayo diharapkan dapat terus menjadi salah satu produk kopi terkemuka di Indonesia dan dunia seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen akan produk kopi berkualitas tinggi dan ramah lingkungan.

Berbisnis olahan kopi merupakan usaha yang cukup menjanjikan karena sebagian masyarakat baik dari kalangan muda maupun kalangan tua menyukai minuman kopi. Bahkan ada yang menganggap minum kopi adalah suatu kebiasaan, karena kopi memiliki rasa, aroma yang khas, dan mempunyai manfaat tersendiri bagi penikmatnya. Keberhasilan dalam berbisnis kopi membutuhkan berinovasi dalam pembuatan produk untuk meningkatkan nilai tambah seperti diolah menjadi kopi bubuk, kopi instan, kopi biji matang (*roasted coffee*), kopi mix, kopi celup, aneka minuman kopi dalam kemasan agar dapat bersaing di pasar produk-produk yang dihasilkan (Reswita, 2016).

Tabel 1. Jumlah Usaha Kedai Kopi Kabupaten Aceh Utara

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Kedai Kopi (Satuan)</b>
2018	1259
2019	1645
2020	2517
2021	3660
2022	4491

Sumber : Dinas Perdagangan dan UMKM Aceh Utara Dalam Angka 2023

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan bahwa Kabupaten Aceh Utara menjadi salah satu wilayah di Provinsi Aceh yang mendukung peningkatan usaha pengolahan kopi, khususnya minuman kopi. Hal tersebut karena Kabupaten Aceh Utara dinilai memiliki pangsa pasar yang tinggi dalam pengembangan usaha minuman kopi. Kini di Kabupaten Aceh Utara khususnya pada Kecamatan Dewantara mulai bermunculan *coffee shop*.

*Coffee shop* atau yang biasa disebut dengan kedai kopi adalah salah satu jenis cafe yang menyajikan menu utama berupa produk minuman kopi. *Coffee shop* dianggap sebagai tempat yang dapat menciptakan suasana yang nyaman dan menjadi wadah forum informal oleh penikmat minuman kopi, seperti berdiskusi dengan kerabat, membaca buku, *browsing/chatting* di dunia maya, bernegosiasi, atau hanya dijadikan sebagai tempat untuk mengisi waktu luang. Adanya peluang untuk mengembangkan usaha yang berbahan baku kopi ini menyebabkan banyaknya *coffee shop* yang mulai bermunculan di kabupaten Aceh Utara khususnya di Kecamatan Dewantara.

Kecamatan Dewantara terdapat banyak usaha kedai kopi mulai dari kedai kopi tradisional maupun *coffee shop* modern. Hal ini menunjukkan pertumbuhan kedai kopi (*coffee shop*) di Kecamatan Dewantara sangat pesat. Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan *coffee shop* khususnya di Kecamatan Dewantara, maka persaingan antar *coffee shop* pun menjadi semakin ketat.

Tabel 2. Jumlah Usaha Kedai Kopi Kecamatan Dewantara

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Kedai Kopi (Satuan)</b>
2018	67
2019	81
2020	98
2021	115
2022	122

Sumber : Badan Pusat Statistik Kecamatan Dewantara 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa usaha Kedai kopi di Kecamatan Dewantara mengalami peningkatan. Semakin meningkatnya jumlah kedai kopi di Kecamatan Dewantara menunjukan persaingan yang semakin ketat pada industri kuliner ini, oleh karena itu perlu perhatikan strategi pemasaran yang digunakan. Salah satu aspek yang perlu mendapatkan perhatian yaitu aspek penetapan harga. Perusahaan harus menetapkan harga dengan mempertimbangkan faktor internal dan faktor eksternal, strategi dalam pengambilan keputusan harga akan mempengaruhi kondisi persaingan.

Kedai Kopi Aceh Malaka sebagai salah satu kedai kopi yang menyajikan minuman kopi tradisional dan modern. Lokasi kedai kopi Aceh Malaka sangat strategis yaitu tepat berada di Jalan Medan Banda Aceh simpang 3 Asean Kecamatan Dewantara. Kedai kopi Aceh Malaka cukup dikenal di wilayah

Kecamatan Dewantara, karena banyaknya pilihan menu kopi dan makanan yang berbeda rasa serta akses internet yang cepat dan harga yang murah membuat konsumen yang datang ke kedai kopi ini beragam, mulai dari orang tua hingga para remaja dan mahasiswa yang juga sangat menggemari minuman kopi dan suasana tempat yang disajikan kedai kopi Aceh Malaka.

Kedai kopi Aceh Malaka sudah berdiri selama 5 tahun dengan menyajikan berbagai menu untuk menarik minat pengunjung, seperti minuman kopi asli dan *sachet* serta berbagai minuman lainnya. Selain minuman di kedai kopi Aceh Malaka juga tersedia makanan yang merupakan mitra kedai kopi Aceh Malaka agar konsumen semakin tertarik untuk berkunjung. Tetapi kedai kopi Aceh Malaka juga memiliki berbagai macam permasalahan dan kendala selama melakukan produksi dan pemasarannya seperti kurangnya lahan parkir yang membuat calon konsumen enggan untuk berkunjung kemudian akses internet yang kurang baik jika sudah ramai pelanggan, tempat usaha yang cukup sempit yang membuat terbatasnya konsumen yang berkunjung dan persaingan dengan usaha kedai kopi lainnya. Semakin berkembangnya usaha kedai kopi di Kecamatan Dewantara juga menyebabkan tingginya tingkat persaingan antar kedai kopi. Akibat dari adanya persaingan antar kedai kopi (*coffee shop*) ini, membuat masyarakat sebagai konsumen mempunyai pilihan yang beragam untuk memenuhi kebutuhan akan penyediaan dan pelayanan kopi yang mereka inginkan.

Adanya situasi dan kondisi persaingan yang semakin ketat antar kedai kopi (*coffee shop*) tentunya para pemilik/pengelola usaha tidak hanya harus mampu menjual produknya, tetapi juga harus mampu melakukan pemasaran yang tepat, sehingga jumlah konsumen yang didapatkan tidak menurun tetapi bisa semakin meningkat agar keuntungan yang didapatkan pun bisa lebih maksimal.

Dengan kondisi ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pasar 4P dan Strategi Pemasaran Usaha Kedai Kopi Aceh Malaka di Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara” untuk mengetahui bagaimana analisis pemasaran yang sesuai untuk menghadapi persaingan dengan usaha sejenisnya dan strategi pemasaran untuk mengembangkan usaha kedai kopi Aceh Malaka.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana analisis pasar 4P pada usaha kedai kopi Aceh Malaka di Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara?
2. Bagaimana strategi pemasaran usaha kedai kopi Aceh Malaka di Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis pasar 4P pada usaha kedai kopi Aceh Malaka di Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara.
2. Menganalisis strategi pemasaran usaha kedai kopi Aceh Malaka di Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti, sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan dibidang analisis pasar 4P dan strategi pemasaran usaha kedai kopi.
2. Bagi pelaku usaha kedai kopi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pemasaran kedai kopi dan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan mengenai strategi pemasarannya.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan Penulisan dan memberikan informasi serta wawasan dalam melakukan penelitian.