

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Coffee shop merupakan salah satu jenis usaha dalam dunia jasa boga yang kini tengah menjadi *lifestyle* atau gaya hidup bagi para penikmatnya di Indonesia. Tidak hanya digemari oleh kaum muda, gaya hidup menikmati secangkir kopi di kafe kini juga digemari oleh kaum dewasa dan tua. Mereka semua rela mengeluarkan uang lebih untuk mendapatkan secangkir kopi dengan tambahan konsep dan suasana tempat yang nyaman serta fasilitas pendukung lainnya.

Coffee shop merupakan jenis usaha jasa boga yang pada awalnya hanya memfokuskan hidangan berupa minuman berbahan dasar kopi saja. Minuman kopi merupakan minuman yang menggunakan kopi sebagai bahan dasar pembuatannya. Minuman kopi mengandung berbagai macam zat-zat penting salah satu zat paling dikenal yang terkandung dalam minuman kopi adalah zat kafein. Zat kafein sendiri merupakan zat yang awalnya terdapat pada tanaman kopi sebagai bentuk pertahanan dirinya dari serangga pemakan tanaman kopi. Minuman kopi saat ini sedang mengalami peningkatan popularitasnya di Indonesia. Menurut Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI). Jumlah konsumsi minuman kopi di Indonesia mengalami peningkatan yaitu sebesar 0,06 ton yaitu 1,09 ton biji kopi yang digunakan pada tahun 2015, dan 1,15 ton biji kopi yang digunakan pada tahun 2016.

Namun, seiring berkembangnya dunia usaha, *coffee shop* kini tidak hanya menyediakan minuman berbahan dasar kopi saja, terdapat pilihan menu minuman yang disediakan yaitu minuman yang tidak berbahan dasar kopi atau biasa

disebut dengan minuman non kopi. Minuman non kopi yang disediakan di *coffee shop* seperti berbagai macam jenis teh, *milk shake*, *blended*, *squash* dan semacamnya. Sedangkan minuman kopi adalah minuman yang menggunakan kopi sebagai bahan dasar dalam pembuatannya. Minuman kopi yang biasanya disediakan di *coffee shop* sendiri terbagi menjadi dua jenis yaitu menu minuman kopi hitam (*black based*) dan kopi susu (*milk based*). Di dunia kopi terdapat evolusi yang dinamakan *first*, *second*, dan *third wave* yang dibedakan berdasarkan tingkat keingintahuan dan kemampuan dari penikmat kopi. *First wave* merupakan penikmat kopi yang berupa instan dan *sachet*, *second wave* yang hanya menikmati kopi dan mulai ingin mencari tahu apa itu kopi, hingga *third wave* yang merupakan evolusi paling baru dimana penikmat kopi tidak hanya menikmati melainkan sudah bisa mengetahui perbedaan jenis biji kopi, asal biji kopi, dan sebagainya

Dengan terdapatnya pilihan menu minuman kopi dan minuman non kopi pada *coffee shop*, menciptakan suatu permasalahan keputusan pemilihan produk minuman pada sebuah *coffee shop*. Keputusan pemilihan produk dalam hal ini dapat dikategorikan sebagai bagian dari keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap suatu produk. Menurut Peter & Olson (2013) proses pengambilan keputusan merupakan sebuah penyelesaian masalah, dimana banyak usaha yang dilakukan konsumen dalam penyelesaian masalah yang cenderung menurun seiring waktu saat mereka belajar lebih banyak mengenai suatu produk dan memperoleh keragaman jenis minuman, ada beberapa faktor yang juga dapat mempengaruhi keputusan pemilihan produk minuman pada sebuah *coffee shop*.

Beberapa faktor yang juga dapat mempengaruhi keputusan pemilihan pesanan minuman antara lain faktor keunikan nama minuman, presentasi minuman, harga minuman, hingga pengetahuan dari minuman yang akan dipesan. Salah satu faktor yang menarik untuk diteliti adalah faktor pengetahuan dari minuman yang akan dipesan. Untuk dapat menikmati minuman di *coffee shop* tentunya pengetahuan minuman yang harus dimiliki adalah pengetahuan produk tentang kopi.

Pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk (Sumarwan, 2011). Pengetahuan kopi mencakup pengertian, jenis, karakter, kandungan dan manfaat yang terdapat dalam kopi. Tidak hanya mengenai kopi itu sendiri, pengetahuan kopi juga bisa mencakup mengenai pengetahuan berbagai jenis hidangan minuman yang dapat dibuat dari kopi. Berdasarkan hal tersebut maka akan diteliti mengenai hubungan tingkat pengetahuan produk terhadap keputusan pemilihan minuman pada salah satu *third wave coffee shop* yaitu *404 Eatery and Coffee*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka identifikasi masalah yang ditemukan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh tingkat pengetahuan kopi terhadap minat pelanggan *coffee shop*?
2. Apakah terdapat pengaruh keberadaan menu minuman non kopi terhadap daya tarik pelanggan *coffee shop*?
3. Apakah terdapat hubungan antara presentasi jenis minuman pada sebuah *coffee shop* terhadap jenis pesanan minuman pada *coffee shop*?

4. Bagaimana presentasi jenis minuman pada sebuah *coffee shop* berpengaruh terhadap kepopuleran menu minuman tersebut?
5. Apakah terdapat hubungan pengetahuan produk minuman kopi terhadap keputusan pemilihan minuman pada *coffee shop*?

1.3 Pembatasan Masalah

Setelah mengidentifikasi masalah yang dikemukakan diatas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti pada hubungan pengetahuan produk terhadap keputusan pemilihan minuman pada salah satu *third wave coffee shop* yaitu *Coffee Shop 404 Eatery and Coffee*

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah, maka permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini dapat dirumuskan yaitu apakah terdapat hubungan pengetahuan produk minuman kopi terhadap keputusan pemilihan minuman pada salah satu *third wave coffee shop* yaitu *Coffee Shop 404 Eatery and Coffee*?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui dan menganalisis hubungan pengetahuan produk minuman kopi terhadap keputusan pemilihan produk minuman pada salah satu *third wave coffee shop* yaitu *Coffee Shop 404 Eatery and Coffee*?

1.6 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan hasil yang bermanfaat, diantaranya :

1. Memberikan kumpulan data mengenai berbagai macam informasi yang ditemukan mengenai kopi dan *coffee shop* selama melakukan penelitian.
2. Memberikan referensi prediksi survey terkait pesanan minuman konsumen kepada *coffee shop* yang membutuhkan.
3. Memberikan masukan bagi pelaku usaha di bidang *coffee shop* mengenai pentingnya pemberian bekal pengetahuan kopi, tidak hanya kepada karyawan saja melainkan memberikan juga sedikit pengetahuan kepada para pelanggannya.
4. Memberikan informasi mengenai terbatasnya ruang pemberian informasi mengenai kopi, sehingga dapat dijadikan referensi pengadaan penyuluhan sebagai salah satu sumber pemberian pengetahuan mengenai kopi.
5. Memberikan masukan pada mata kuliah terkait di Program Studi Pendidikan Tata Boga yaitu mata kuliah Teknologi Minuman.

