

BAB 1 PENDAHULUAN

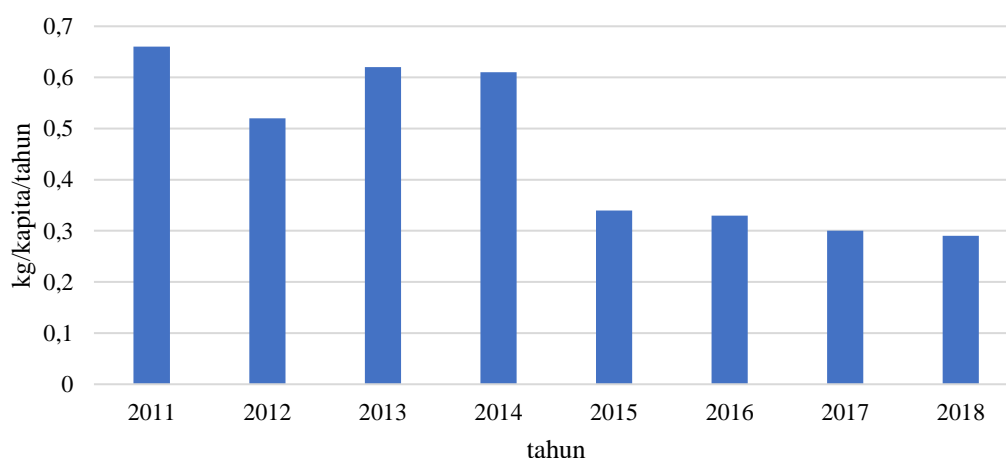
1.1 Latar Belakang

Teh merupakan salah satu komoditi hasil perkebunan yang dimiliki oleh Indonesia. Teh mempunyai peran cukup penting dalam kegiatan perekonomian yaitu sebagai sumber pendapatan dari petani teh, penyerapan tenaga kerja, sebagai sumber devisa negara, mendorong agroindustri perkembangan wilayah dan pelestarian lingkungan. Hal ini ditunjang dengan perkebunan teh di Indonesia yang cukup luas dan jumlah produksi teh yang sangat besar. Data dari Direktorat Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian menunjukkan bahwa luas area perkebunan teh di wilayah Indonesia pada tahun 2017 mencapai 113.306 hektar. Luas area ini terdiri dari perkebunan rakyat seluas 52.237 hektar, perkebunan besar negara seluas 33.964 hektar dan perkebunan besar swasta 27.105 hektar. Indonesia menjadi negara penghasil teh terbesar ke-7 di dunia pada tahun 2017 dengan jumlah produksi mencapai 146.251 ton (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi yang besar untuk mengembangkan teh sehingga dapat meningkatkan perekonomian di Indonesia.

Minuman teh merupakan minuman yang mengandung kafein yang diperoleh dengan menyeduh daun atau pucuk daun dari tanaman *Camellia sinensis* menggunakan air panas (Siringoringo dkk, 2012). Meminum teh sudah menjadi salah satu budaya di kalangan masyarakat Indonesia, tidak melihat status sosial maupun ekonominya. Minuman teh menjadi salah satu minuman favorit selain kopi. Hal ini disebabkan oleh senyawa-senyawa yang terkandung dalam teh dapat memberikan kepuasan kepada penikmatnya karena mempunyai warna, rasa dan aroma yang khas. Senyawa kafein pada teh bersama-sama dengan polifenol dapat memberikan rasa yang menyegarkan (Anggraini, 2017). Selain nikmat untuk diminum, teh juga mempunyai kandungan yang sangat bermanfaat untuk kesehatan seperti kafein, tanin, *theophylline*, *theobromine*, lemak, saponin, minyak esensial, katekin, karoten, vitamin C, A, B1, B2, B12, P, *fluorite*, ferum, magnesium, kalsium, *strontium*, plumbum, nikel, zink, dan *phosphor* (Fulder, 2004).

Banyaknya manfaat teh bagi kesehatan ternyata belum membuat masyarakat Indonesia banyak mengonsumsi minuman teh. Perkembangan konsumsi teh di Indonesia dari tahun ke tahun cukup fluktuatif namun cenderung menurun.

Gambar 1 menunjukkan bahwa konsumsi teh di Indonesia yang paling tinggi terjadi pada tahun 2011 yaitu sebesar 0,66 kg/kapita/tahun. Dari tahun 2014-2015 terjadi penurunan yang sangat drastis yaitu dari 0,61 kg/kapita/tahun menjadi 0,34 kg/kapita/tahun dan pada tahun-tahun selanjutnya konsumsi teh di Indonesia terus mengalami penurunan hingga pada tahun 2018 menjadi sebesar 0,29 kg/kapita/tahun. Penurunan tersebut disebabkan oleh kurangnya sosialisasi dan informasi tentang manfaat teh (Anggraini, 2017).



Sumber: Pusat data dan Sistem Informasi Pertanian (2019)

Gambar 1. Perkembangan Konsumsi Teh di Indonesia

Konsumsi teh di Indonesia dapat ditingkatkan dengan melakukan sosialisasi kepada masyarakat dan memperbanyak informasi mengenai manfaat teh. Masyarakat di Indonesia sudah mengenal teh sejak lama tetapi belum semuanya mengetahui lebih dalam mengenai teh dan manfaatnya. Padahal selain sebagai minuman penyegar, teh memiliki manfaat yang baik untuk kesehatan (Hartoyo, 2003). Dengan adanya sosialisasi dan informasi tentang manfaat teh diharapkan masyarakat menjadi tertarik mengonsumsi teh.

Penurunan jumlah konsumsi teh di Indonesia tidak membuat produsen teh berhenti memproduksi teh, melainkan menjadikannya sebagai sebuah tantangan untuk terus berkembang menciptakan produk teh yang berkualitas dan dapat diterima konsumen. Hal ini juga sebagai salah satu upaya sosialisasi untuk meningkatkan jumlah konsumsi teh di Indonesia.

Mariani (2013) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa saat ini terjadi perubahan dalam gaya hidup minum teh di Indonesia. Dahulu orang lebih sering mengonsumsi teh di rumah dan dilakukan pada pagi hari sebelum beraktivitas atau

di sore hari saat berkumpul bersama keluarga. Akan tetapi saat ini banyak orang yang menikmati teh di *cafe* atau *tea house* bersama dengan teman, keluarga ataupun rekan kerja. Kegiatan minum teh ini juga dapat dilakukan setiap saat. Konsumen teh saat ini mengharapkan suasana yang lebih nyaman untuk menikmati teh. Selain untuk menikmati teh, beberapa dari mereka ini juga datang ke kafe untuk berkumpul bersama keluarga, melakukan rapat bersama rekan kerja atau juga mengerjakan tugas sekolah.

Melihat adanya perubahan dalam gaya hidup minum teh di masyarakat, maka para pengusaha melihat hal ini sebagai sebuah peluang. Peluang ini dimanfaatkan oleh para *entrepreneur* dengan membuat kafe. Hal ini juga terjadi di Kabupaten Kuningan yang ditandai dengan mulai bermunculan kafe di Kabupaten Kuningan seperti yang terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kafe di Kabupaten Kuningan

No.	Nama Kafe	Alamat
1.	Titik Teh	Jl. Raya Bandorasa
2.	Romanteaka	Jl. Ahmad Yani
3.	Anggun Coffee and Resto	Jl. Raya Cilimus
4.	Cafe Parabox	Jl. Dr. Moh. Hatta
5.	QQ Cafe	Jl. Raya Bandorasa
6.	Otaku Coffee and Roastery	Jl. RE Martadinata

Sumber: Data Sekunder 2022 (diolah)

Banyaknya kafe di Kabupaten Kuningan membuat persaingan yang ketat antar kafe. Persaingan adalah usaha-usaha dari 2 pihak atau lebih perusahaan yang masing-masing bergiat memperoleh pesanan dengan menawarkan harga/syarat yang paling menguntungkan (Maribun, 2003). Persaingan tersebut tentunya dirasakan oleh Kafe Titik Teh yang merupakan salah satu kafe di Kabupaten Kuningan. Ditambah lagi Kafe Titik Teh merupakan kafe yang baru berdiri pada tahun 2020. Hal ini membuat Kafe Titik Teh perlu menonjolkan kelebihan yang dimilikinya untuk mampu bersaing dengan kafe yang lain.

Saat ini Kafe Titik Teh telah menyediakan minuman teh dari berbagai jenis teh sebagai produk utamanya. Jenis teh yang ditawarkan diantaranya *Black Tea*, *Green Tea*, *White Tea* dan *Oolong Tea*. Selain itu juga terdapat inovasi rasa dari jenis *Black Tea* yaitu *Fresh Berry* dan *Rosemary Citrus*, lalu dari jenis *Oolong Tea* yaitu *Jasmine*, *Mint* dan *Relax Camomile*. Selain itu, Kafe Titik Teh juga menyediakan beberapa pelayanan untuk konsumen seperti tempat dengan desain

yang menarik, serta fasilitas pendukung yang lengkap. Pelayanan yang diberikan tersebut dilakukan agar konsumen merasa puas.

Kepuasan konsumen merupakan faktor penting dalam keberlangsungan hidup perusahaan. Tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen sangat tergantung pada kualitas atau mutu suatu produk yang meliputi barang dan jasa. Jika kualitas produk yang ditawarkan sama atau lebih besar dari harapan konsumen maka kepuasan akan terjadi, sebaliknya jika kualitas yang ditawarkan lebih rendah dari harapan maka konsumen akan merasa dikecewakan/tidak puas. Kepuasan yang didapat konsumen dapat menyebabkan terjadinya pembelian ulang bahkan konsumen dapat menjadi loyal (Supranto, 2006). Untuk mencapai tingkat kepuasan tersebut, suatu perusahaan harus memahami apa yang konsumen butuhkan. Maka dari itu diperlukannya suatu upaya untuk mengetahui atribut-atribut yang menjadi kebutuhan suatu konsumen sehingga konsumen akan merasa puas dengan kualitas produk teh dan pelayanan yang ditawarkan. Berdasarkan hal tersebut, penulis melakukan penelitian dengan judul “Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Produk dan Pelayanan di Kafe Titik Teh Kabupaten Kuningan”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, identifikasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimanakah tingkat kepentingan dan tingkat kinerja pada kualitas produk dan kualitas pelayanan di Kafe Titik Teh?
2. Atribut apa sajakah yang menjadi prioritas utama di Kafe Titik Teh?
3. Bagaimanakah tingkat kepuasan konsumen di Kafe Titik Teh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam melaksanakan penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Tingkat kepentingan dan tingkat kinerja pada kualitas produk dan kualitas pelayanan di Kafe Titik Teh.
2. Atribut yang menjadi prioritas utama dalam memberikan kepuasan konsumen.
3. Tingkat kepuasan konsumen di Kafe Titik Teh.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. **Bagi Penulis**

Sebagai penerapan ilmu yang telah didapatkan selama kuliah, serta menambah wawasan, pengalaman, dan pengetahuan mengenai atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

2. **Bagi Kafe**

Sebagai sumber informasi dan bahan acuan untuk meningkatkan dan mempertahankan kepuasan konsumen.

3. **Bagi Pembaca**

Sebagai informasi dan masukan dalam melakukan penelitian kepuasan konsumen.