

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, budaya konsumsi kopi di Indonesia telah mengalami transformasi yang signifikan. Kopi tidak lagi sekadar minuman penyemangat di pagi hari, melainkan telah menjelma menjadi bagian dari gaya hidup, simbol status sosial, serta medium interaksi sosial. Kopi merupakan tanaman tropis yang banyak sekali ditanam di Indonesia. Sejak lama kopi selalu memiliki nilai jual yang tinggi dan laku dipasaran karena dapat menghasilkan minuman yang nikmat. Selain itu, kopi juga bermanfaat untuk menyegarkan badan, pikiran dan menghilangkan rasa mengantuk (Harum, 2022). Perkembangan ini ditandai dengan menjamurnya kedai kopi modern serta munculnya inovasi dalam penyajian dan distribusi kopi, salah satunya adalah konsep kopi keliling. Konsep kopi keliling mengacu pada usaha penjualan kopi yang dilakukan secara *mobile*, baik menggunakan kendaraan bermotor, sepeda, gerobak, maupun bentuk fleksibel lainnya.

Inovasi ini menawarkan kemudahan akses, keunikan pengalaman membeli, serta sering kali dikaitkan dengan nilai estetik dan kekinian yang menarik perhatian masyarakat perkotaan. Di kota-kota besar seperti Surabaya, khususnya di wilayah Surabaya Barat yang dikenal sebagai kawasan dengan tingkat konsumsi modern yang tinggi dan pertumbuhan kawasan serta komersial yang pesat, fenomena ini menjadi semakin relevan. Suryanto (2021) mencatat bahwa di Indonesia, tren kopi lokal dan kopi keliling (*mobile coffee*) semakin diminati karena kombinasi antara kepraktisan dan cita rasa autentik, terutama di kalangan generasi muda. Tren konsumsi kopi ini makin terlihat dari maraknya kedai kopi, baik yang berskala besar maupun skala kecil di berbagai kota di Indonesia. Namun, tidak semua orang memiliki waktu untuk mengunjungi kedai kopi karena kesibukan dan mobilitas yang tinggi.

Penelitian ini krusial untuk mengerti seberapa besar ketertarikan konsumen di Surabaya Barat terhadap konsep kopi keliling, serta faktor-faktor yang

memengaruhi minat dan preferensi mereka. Informasi ini sangat penting bagi pelaku usaha UMKM, terutama dalam sektor kopi, untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat, meningkatkan daya saing, dan memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih efisien.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut:

- 1) Bagaimana kemudahan menjadi daya tarik pada kopi keliling?
- 2) Bagaimana harga yang ditawarkan oleh kopi keliling berkontribusi terhadap daya tarik konsumen bila dilihat dari ekspektasi harga pada umumnya?
- 3) Bagaimana konsistensi dari kopi keliling yang menjadi daya tarik konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui kemudahan menjadi daya tarik kopi keliling
- 2) Untuk mengetahui harga menjadi daya tarik kopi keliling
- 3) Untuk mengetahui konsistensi kopi keliling menjadi daya tarik konsumen

1.4 Manfaat

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Sebagai bahan pertimbangan pemerintah dalam mengambil kebijakan UMKM di wilayah Surabaya Barat
- 2) Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi UMKM untuk inovasi suatu produk kopi
- 3) Menambah wawasan konsumen tentang penyajian kopi dengan model keliling
- 4) Memberikan rekomendasi strategi pemasaran