

**ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN
KONSUMEN DALAM MEMILIH KOPI GRESIK DI KEDAI
PEJALAN KECAMATAN SUKORAMBI
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh :

M.RAHMATULLAH
E20182112

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JUNI 2023**

**ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN
KONSUMEN DALAM MEMILIH KOPI GRESIK DI KEDAI
PEJALAN KECAMATAN SUKORAMBI
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

M.Rahmatullah
NIM. E20182112

Disetujui Pembimbing

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I
NIP. 19730830199031002

**ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN
KONSUMEN DALAM MEMILIH KOPI GRESIK DI KEDAI
PEJALAN KECAMATAN SUKORAMBI
KABUPATEN JEMBER**

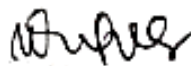
SKRIPSI

Telah diuji dan di terima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar sarjana (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Ekonomi Syariah

Hari : Jumat
Tanggal : 23 Juni 2023

Tim Penguji

Ketua



Dr. Retna Anggitaningsih, S.E., M.M.
NIP:197404201998032001

Sekretaris



Hikmatul Hasanah, S.E.I., M.E.
NUP:201708173

Anggota

1. Dr. Khamdan Rifa'i, SE., M.Si



2. Dr. Abdul Rokhim., S.Ag., M.E.I



K

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



MOTTO

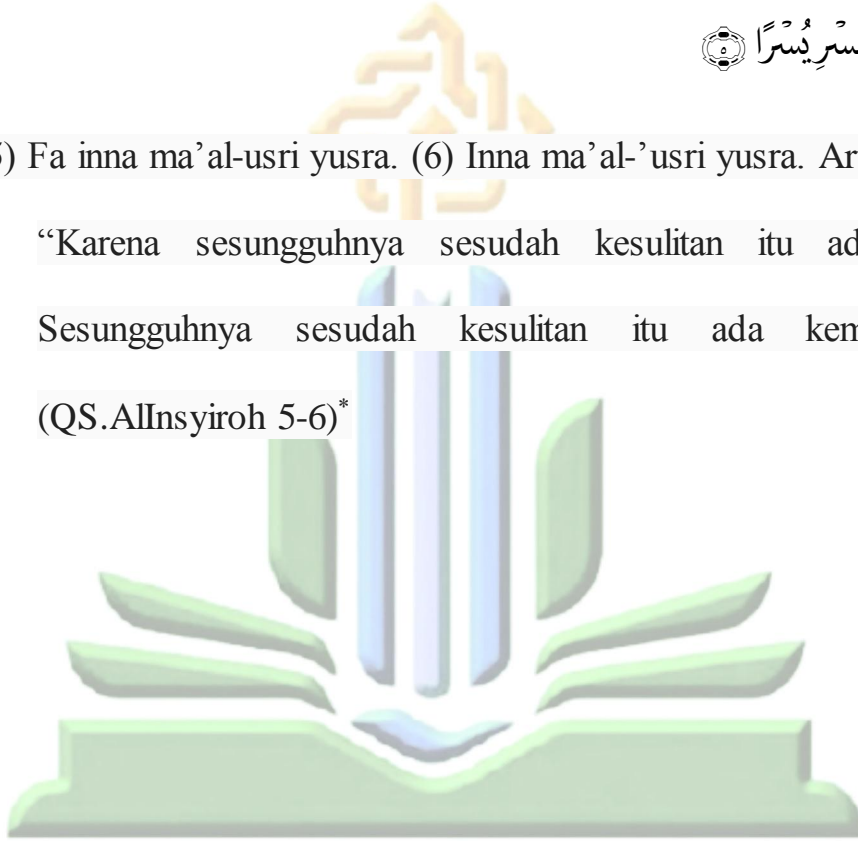
فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾

: (5) Fa inna ma'al-usri yusra. (6) Inna ma'al-'usri yusra. Artinya : (5)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada . (6)

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS.AlInsiyiroh 5-6)*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

* Al-Qur'an *Al Insiyirah* ayat 5-6

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah wasyukurillah wa'ala nikmatillah, segala puji bagi Allah SWT, shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini penulis mempersembahkan kepada mereka yang telah banyak berjasa dalam kesuksesan belajar yang telah penulis lalui selama ini, mereka adalah:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Imam Syafii dan Suhar Tini yang selalu mengalirkan do'a kesuksesan, dukungan moral dan finansial, serta penopang semangat disaat gundah melanda untuk tetap yakin dan meraih kesuksesan. Kakakku M.Nadzir dan M.Dayat, adikku Miftahul ulum yang selalu memberikan semangat dalam meraih suksesanku.
2. Seluruh keluarga besarku yang selalu memberikan semangat dan motivasi agar selalu semangat dalam menuntut ilmu.
3. Kepada teman-teman seperjuanganku kelas Ekonomi Syariah 03 serta Angkatan 2018 yang saling berbagi ilmu.
4. Almaterku Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember terimakasih atas wadah selama aku menimba ilmu dan aku belajar.
5. Terimakasih kepada pemilik dari kedai pejalan beserta jajaranya dan juga konsumen kopi gresik yang ada di kedai kopi pejalan.
6. Terimakasih kepada teman teman ngopi saya yang selalu mensupport saya selama menyelesaikan skripsi ini.
7. Terakhir kalinya saya ingin berterimakasih, saya ingin berterimakasih kepada diri saya yang penuh percaya diri, saya ingin berterimakasih kepada diri saya yang sudah bekerja keras ini, saya ingin berterimakasih kepada diri saya yang selalu mencoba melakukan hal yang terbaik

KATA PENGANTAR

Segenap puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Skripsi yang berjudul “Analisis Faktor Faktor yang di pertimbangkan Konsumen Dalam Memilih kopi Gresik di Kedai Pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember” ini penulis susun untuk memenuhi persyaratan Sarjana Strata-1 (S-1) Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak, oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terimakasih sedalam dalamnya atas semua bantuan yang telah diberikan, baik secara langsung maupun tidak langsung selama penyusunan tugas akhir hingga selesai kepada

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan sekaligus Dosen Penasihat Akademik (DPA).
2. Bapak Dr. Khamdan Rifā'i, SE.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Syariah
3. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I.,M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Bapak Dr. M.F Hidayatullah, S.H.I., M.S.I.,M,Pd.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
5. Bapak Dr. Abdul Rokhim M.E.I selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya yang telah

memberikan ilmunya kepada penulis sehingga dapat mengetahui apa yang tidak diketahui sebelumnya.

7. Segenap pemilik kedai kopi pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember beserta jajaranya yang sudah banyak membantu menyelesaikan skripsi saya

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna, baik dari segi materi maupun penyajiannya, untuk itu saran dan kritik sangat diharapkan dalam penyempurnaan tugas akhir ini. Penulis berharap, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca dan khususnya kepada penulis sendiri. Semoga segala amal baik yang telah bapak ibu berikan kepada penulis mendapatkan balasan yang baik daripada Allah SWT.

Jember, 17 Mei 2023

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
M. RAHMATULLAH
JEMBER

ABSTRAK

M.Rahmatullah, Dr Abdul Rokhim, M.S.I , 2023: Analisis Faktor Faktor yang di Pertimbangkan Konsumen dalam Memilih Kopi Gresik di Kedai Pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember.

Manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa berdiri sendiri tanpa berinteraksi dengan orang lain. Ketidakmampuan manusia untuk mencukupi kebutuhannya mendorong munculnya motif ekonomi dimana keinginan seseorang untuk memenuhi kebutuhan, salah satu bentuk usaha yaitu dengan mendirikan kedai kopi. Kedai kopi merupakan tempat minum kopi yang pengunjungnya di hibur dengan fasilitas seperti wifi, dan free charger, atau tempat minum yang pengunjungnya dapat memesan minuman seperti kopi, teh dan camilan.

Fokus Penelitian ini adalah: 1) Faktor Faktor apa saja yang di pertimbangkan konsumen dalam memilih kopi gresik di kedai pejalan di Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember. 2) Apa saja faktor faktor penghambat dan pendukung yang di pertimbangkan konsumen dalam memilih kopi gresik di kedai pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember.

Tujuan Penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui konsumen dalam memilih sebuah kopi yang ditawarkan di warung kopi kedai pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember. 2) Untuk mengetahui apa saja faktor faktor penghambat dan pendukung yang di pertimbangkan konsumen dalam memilih kopi gresik di kedai pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dan jenis penelitian ini bersifat deskriptif. Teknik penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi, dengan analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan, sedangkan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik

Hasil penelitian ini adalah: 1) Jenis kopi gresik, kualitas kopi gresik, harga kopi gresik, pelayanan dari kedai kopi pejalan, lokasi kedai kopi pejalan, rekomendasi teman atau keluarga, brand kopi gresik, kopi gresik ini hanya satu satunya di kopta Jember hanya ada di kedai pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember. 2) Faktor penghambat: harga kopi gresik, citra merek kopi gresik, ketersediaan kopi gresik di kedai pejalan. Faktor pendukung: kualitas kopi gresik di kedai pejalan, produk kopi gresik di kedai pejalan, testimoni dari konsumen tentang kualitas kopi gresik di kedai pejalan, pelayanan dan pengalaman konsumen di kedai pejalan, berbagai macam produk di kedai pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember.

Kata Kunci: Konsumen, Kopi Gresik, Kedai Kopi (Kedai Pejalan)

ABSTRACT

M.Rahmatullah, Dr Abdul Rokhim, M.S.I , 2023: Factor Analysis Factors Considered by Consumers in Choosing Gresik Coffee at Pejalan Stalls, Sukorambi District, Jember Regency.

Humans are social beings who cannot stand alone without interacting with others. The inability of humans to meet their needs encourages the emergence of economic motives where a person's desire to meet needs, one form of business is by setting up a coffee shop. A coffee shop is a place to drink coffee where visitors are entertained with facilities such as wifi and free chargers, or a drinking place where visitors can order drinks such as coffee, tea and snacks.

The focus of this research are: 1) Factors What factors are considered by consumers in choosing Gresik coffee at pedestrian shops in Sukorambi District, Jember Regency. 2) What are the inhibiting and supporting factors that are considered by consumers in choosing Gresik coffee at pedestrian shops, Sukorambi District, Jember Regency.

The aims of this study were: 1) To find out how consumers choose a coffee offered at pedestrian coffee shops, Sukorambi District, Jember Regency. 2) To find out what are the inhibiting and supporting factors that are considered by consumers in choosing Gresik coffee at pedestrian shops, Sukorambi District, Jember Regency.

This study uses qualitative research and this type of research is descriptive. This research technique used observation, interviews and documentation techniques, with data analysis using data reduction, data presentation and drawing conclusions, while the validity of the data used source transulation.

The results of this study are: 1) Types of Gresik coffee, quality of Gresik coffee, price of Gresik coffee, service from pedestrian coffee shops, location of pedestrian coffee shops, recommendations of friends or family, Gresik coffee brand, this Gresik coffee is the only one in Jember City in a walker's shop, Sukorambi District, Jember Regency. 2) Inhibiting factors: the price of Gresik coffee, the brand image of Gresik coffee, the availability of Gresik coffee in pedestrian shops. Supporting factors: quality of Gresik coffee in pedestrian shops, Gresik coffee products in pedestrian shops, testimonials from consumers about the quality of Gresik coffee in pedestrian shops, service and consumer experience in pedestrian shops, various kinds of products in pedestrian shops, Sukorambi District, Jember Regency.

Keywords: Consumers, Gresik Coffee, Coffee Shops (Pedestrian Shops)

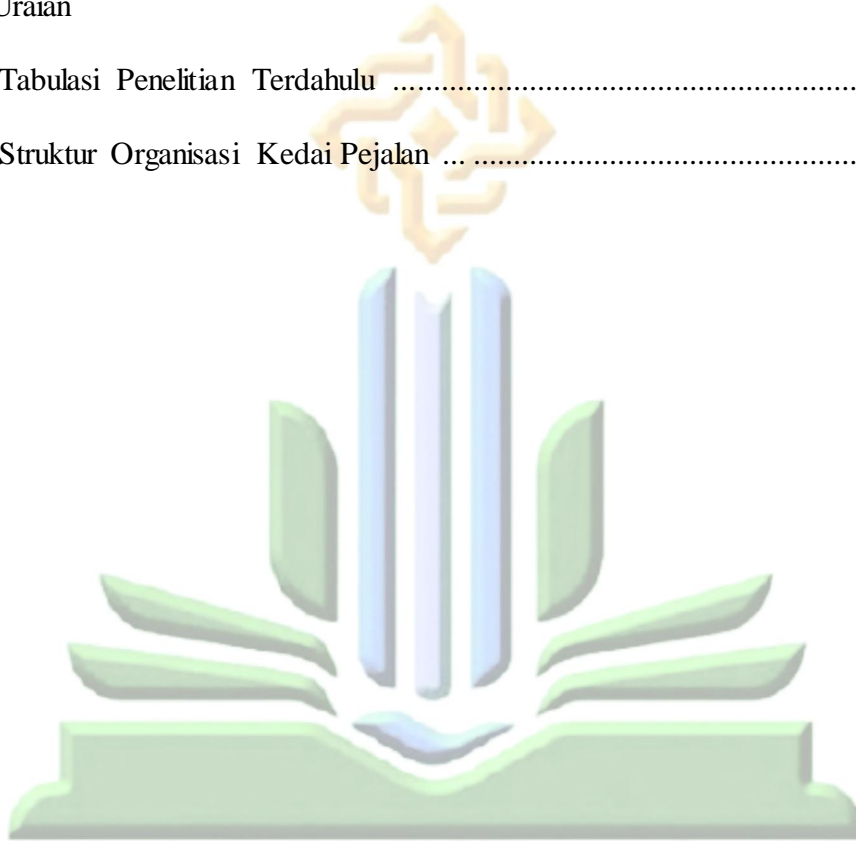
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK..	viii
ABSTRACT.	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang masalah	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Penelitian	9
F. Analisis	9
G. Sistematika Pembahasan	11
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN.	13
A. Penelitian Terdahulu	13
B. Kajian Teori	26
BAB III METODE PENELITIAN	38

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	38
B. Lokasi Penelitian	38
C. Subyek Penelitian	39
D. Teknik Pengumpulan Data	39
E. Analisis Data	41
F. Keabsahan Data	44
G. Tahap Tahap Penelitian	44
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.	48
A. Gambaran Objek Penelitian	48
B. Penyajian Data dan Analisis Data	51
1. Faktor faktor apa saja yang di pertimbangkan konsumen dalam memilih kopi gresik di kedai pejalan.	52
2. Faktor penghambat dan pendukung yang di pertimbangkan Konsumen dalam memilih kopi gresik di kedai pejalan..	58
C. Penyajian Temuan	61
BAB V PENUTUP	69
A. Kesimpulan	71
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA...	73

DAFTAR TABEL

No.Uraian	
1.1. Tabulasi Penelitian Terdahulu	21
2.1. Struktur Organisasi Kedai Pejalan	50



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

LAMPIRAN LAMPIRAN

Lampiran 1: Matrik Penelitian

Lampiran 2: Pernyataan Keaslian Tulisan

Lampiran 3: Pedoman wawancara

Lampiran 4: Surat izin penelitian

Lampiran 5: Surat Keterangan Selesai Penelitian

Lampiran 6: Jurnal Kegiatan Penelitian

Lampiran 7: Surat Keterangan Selesai Bimbingan

Lampiran 8: Dokumentasi Penelitian

Lampiran 9: Surat keterangan screening turnitin 30%

Lampiran 10: Surat Keterangan Selesai Bimbingan Skripsi

Lampiran 11: Biodata Penulis



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Warung kopi adalah tempat yang sering dikunjungi oleh masyarakat berbagai latar belakang, sosial budaya untuk berkumpul, diskusi, ngobrol santai, dialog warga, opini masyarakat berbagai macam latar belakang, minum bersama untuk mendapatkan suatu informasi bermanfaat yang didapatkan.¹ Tidak dipungkiri persaingan bisnis berbahan dasar kopi ini sangat diminati. Hal ini dipandang sebagai peluang bisnis oleh para pelaku usaha sekaligus menunjukkan adanya kondisi yang kondusif dalam berinvestasi dibidang industri kopi, hingga saat ini banyak kedai kopi bermunculan, tak terkecuali di Jember terdapat 100 warung kopi atau kedai kopi. Investasi pada industri kopi yang menarik pelaku usaha dan nilai sebagai peluang bisnis yang baik yaitu dengan mendirikan usaha kedai kopi atau warung kopi atau coffee shop berkonsep trend masa kini.

Seiring dengan jumlah penambahan penduduk di Kabupaten Jember. Peningkatan profitabilitas usaha, perkembangan penjualan produk pun turut dioptimalkan. Variasi produk terus ditingkatkan, sehingga menu menu semakin beraneka ragam dan diperbaharui. Optimalisasi kinerja pemasaran pun dilakukan warung kopi dalam menjaga konsumen dan menarik konsumen. Kinerja yang dilakukan mewujudkan warung kopi kedai pejalan menjadi sebuah warung kopi yang cukup dikenal di area Jember. Meningkatnya warung

¹ Muhammad Fany Firdaus, "Analisis Faktor Faktor Yang Di Pertimbangkan Konsumen Dalam Memilih Warung Kopi Gaul".

kopi yang tentunya menjadi kompetitor warung kopi pejalan di Jember. Semakin banyak persaingan antar warung kopi berakibat warkop kedai pejalan mengalami penurunan profitabilitas usaha yang ditunjukkan oleh adanya penurunan pada jumlah pengunjung, untuk itu penulis akan melakukan penelitian pada warkop kedai pejalan. Seorang konsumen akan tetap membeli produk dari warkop kedai pejalan atau memutuskan untuk tetap membeli produk jika kualitas produk baik, pilihan produk variatif, kualitas pelayanan memuaskan dan manfaat yang didapat konsumen sebanding dengan pengorbanan, serta tertanam kesan yang baik dan menarik di hati konsumen.

Di Indonesia, *coffee* shop biasa disebut warung kopi atau kedai kopi, warung kopi mulai hadir di tengah-tengah saat ini, mulai dari pelosok desa, hingga dipusat perkotaan. Warung kopi di Jember semakin menjamur di seluruh pelosok kota. Pelaku usaha harus menghasilkan kinerja yang baik untuk meningkatkan profitabilitas usaha agar keberlangsungan bisnisnya terjaga. Keberlangsungan bisnis dipengaruhi faktor-faktor internal maupun eksternal, faktor eksternal yang dianggap cukup berpengaruh pada keuntungan sebuah bisnis adalah dengan keberadaan pesaing. Maraknya persaingan antar warung kopi tentunya menurut pelaku usaha untuk menciptakan keunggulan pada warung kopi yang dimiliki. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia warung adalah tempat minum kopi yang pengunjungnya dihibur dengan fasilitas seperti wifi dan free charger, atau tempat minum yang pengunjungnya dapat memesan minuman, seperti kopi, teh dan camilan atau juga disebut

dengan kedai kopi.²

Meminum kopi kini semakin trending dan berkembang pesat, minum berkafein tersebut kini menjadi populer dan terus merebak hingga kesemua kalangan masyarakat. Minum berkafein ini bukan lagi menjadi sebuah segelas kopi akan tetapi juga menambah inspirasi ketika para insan membutuhkan sensasi merenungkan ide yang akan dituangkan dengan meminum kopi terlebih dahulu, dan hingga saat ini menjadi kebiasaan dari para penikmat kopi. Warung kopi sendiri adalah tempat yang sangat dijumpai hampir diseluruh wilayah Indonesia. Warung kopi merupakan sebuah tempat yang tidak mewah, namun menawarkan banyak hal disana, kedai kopi sendiri menjadi sarana bertemunya banyak orang yang awalnya tidak dikenal menjadi saling mengenal karna sering bertemu ditempat kedai kopi dan berinteraksi melalui percakapan sesama pengunjung, kebanyakan pengunjung lebih menyukai warung kopi seperti “kedai pejalan” karena disini ada produk yang berbeda dengan warung kopi yang ada di Jember yaitu (kopi gresik) yang menjadi keunggulan dari warung kopi kedai pejalan.

Warung kopi kedai pejalan berdiri pada 11 Juli 2017, konsep warung kopi dengan tempat yang kecil dan ala kadarnya, bahkan awalnya tempat usahanya sepi pengunjung karna masih merintis di awal mula dan banyak yang belum mengerti keunggulan produk dari kedai pejalan tersebut. Tujuan kedai ini dibuat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan tempat “duduk santai” yang dianggap jarang ada untuk kalangan mahasiswa di Sukorambi

² KBBI pengertian warung kopi

terlebih posisi yang dibawa warkop kedai pejalan ke benak konsumen adalah kedai yang *low cost* dan *cozy* yang berartian (*low cost*) bisnis biaya rendah yang memiliki strategi memangkas beberapa atribut produk agar dapat meminimalisir biaya kemudian dapat menawarkan produk yang lebih murah, dan (*cozy*) yang berartian "nyaman" untuk dikunjungi anak muda. Sejak kedai pejalan berdiri hingga sekarang dalam hal probilitas memiliki perkembangan yang fluktuatif, kedai pejalan mengalami peningkatan.

Faktor faktor yang di pertimbangkan konsumen yang dapat mempengaruhi persepsi orang untuk memilih sebuah kopi yaitu asal biji kopi yang dapat mempengaruhi rasa kopi. Beberapa jenis kopi yang berasal dari daerah tertentu miliki rasa yang lebih unik dan khas sehingga memiliki cita rasa yang sangat berbeda dengan kopi yang lainnya. Metode pengolahan biji kopi juga dapat mempengaruhi rasa kopi. Metode yang lebih rumit dan tepat bisa menghasilkan kopi dengan rasa yang lebih baik. Kualitas kopi juga mempengaruhi rasa dan harga kopi. Kualitas kopi terbaik biasanya memiliki rasa yang lebih kompleks. Persaingan pasar dapat mempengaruhi harga kopi. Jika terdapat banyak kedai kopi di suatu daerah, maka harga kopi mungkin lebih rendah untuk bersaing. Biaya sewa operasional kedai kopi seperti sewa tempat, gaji karyawan dan biaya listrik juga dapat mempengaruhi harga kopi. Tingkat popularitas jika hanya tersedia di satu kedai dan memiliki tingkat popularitas yang tinggi, harga kopi bisa lebih mahal karena kedai kopi tersebut dapat menetapkan harga yang lebih tinggi karena permintaan yang tinggi. Target pasar juga dapat mempengaruhi harga kopi, jika kedai kopi di targetkan

untuk konsumen yang berpenghasilan tinggi, harga kopi mungkin lebih mahal untuk mencocokkan target pasar. Para pengusaha minuman kopi harus mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk mengantisipasi hal ini para pengusaha harus tetap konsisten dalam memberikan kopi berkualitas sehingga tercapai kepuasan konsumen.³

Alasan memilih kopi di sebuah kedai dengan sedikit keunggulan yang tidak ada di kedai lainya karena anda ingin mencoba sesuatu yang baru dan berbeda dari biasanya. Selain itu, pengalaman minum kopi juga dapat menjadi lebih menyenangkan dan berkesan ketika anda menemukan kedai yang menyajikan kopi dengan rasa yang unik dan istimewa.

Selain itu dengan mencoba kopi di berbagai kedai, anda dapat memperluas pengetahuan dan pengalaman anda tentang dunia kopi. Setiap kedai kopi memiliki keunikanya sendiri dalam hal cara memanggang biji kopi, mengolah kopi, dan mencampurnya dengan bahan bahan lain. Dengan mencoba kopi dari berbagai kedai, anda dapat belajar lebih banyak tentang berbagai jenis biji kopi, rasa, dan aroma yang berbeda.⁴

Akhirnya ketika anda menemukan kedai kopi yang memiliki sedikit keunggulan yang tidak ada di kedai lainya, anda dapat berbagi pengalaman tersebut dengan teman teman dan keluarga. Ini dapat menjadi pengalaman sosial yang menyenangkan dan dapat membantu mengenalkan kedai kopi

³ Lilis Cucu Sumartini dan Dini Fajriani Adining Tyas, "Analisi Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja

⁴ Alya Alifachda Lasasi, *Analisi Pesaingan Usaha Antar Warung Kopi Tradisional Dengan Warung Kopi Modern Di Kecamatan Wenang Kota Manado*, Skripsi : IAIN MANADO Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, 2021.

tersebut kepada orang lain yang mungkin tertarik untuk mencobanya.

Tentu saja kualitas kopi di kedai pejalan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, kualitas kopi yang baik dapat memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan, sementara kopi yang kurang berkualitas dapat menyebabkan pengalaman yang buruk dan menurunkan kepuasan pelanggan. Faktor faktor yang dapat mempengaruhi kualitas kopi antara lain jenis kopi, metode pengolahan, penggilingan biji kopi, penyimpana, dan cara pengolahan atau penyeduhan. Jika kedai pejalan dapat menyajikan kopi yang berkualitas dengan teknik penyeduhan yang baik, maka pelanggan kemungkinan besar akan merasa puas dengan pengalaman mereka di kedai pejalan tersebut.

Kedai pejalan sendiri memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan kedai kopi yang ada di kota Jember sendiri salah satunya dengan tema yang saya angkat yaitu kopi gresik. Dengan kopi gresik sendiri kedai pejalan memiliki nama tersendiri dengan menu yang berbeda dengan kedai kopi yang lain yaitu kopi gresik, kedai pejalan dikenal dikalangan pelanggan dengan menu kopi gresiknya.

Para pengunjung awal mula penasaran dengan produk tersebut sehingga mulai mencobanya sendiri dengan memesan kopi gresik tersebut dan ada pula yang memesan kopi gresik dengan tambahan susu atau gresik susu yang lebih nikmat saat ditemani dengan suasana santai yang lokasi dari warkop tersebut bersebelahan dengan jalan raya semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi

pembeli.⁵ Elemen-elemen dari "people" adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa. Semua sikap dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa (*service encounter*).⁶

Keputusan pembelian konsumen adalah pembentukan referensi dari beberapa alternatif sehingga terbentuk suatu maksud untuk membeli produk yang diinginkan. Tanggapan pembeli terdiri dari pilihan produk, pilihan merek produk, pilihan desain, dan juga menyangkut kapan terjadinya pembelian, jumlah pembelian dan tempat pembelian dilakukan.⁷ Terdapat 4 faktor dan 22 variabel yang terlibat dalam faktor produk, promosi, distribusi, iklan, dan pelayanan dengan presentase total varian besar, maka penelitian ini akan membahas faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih kopi gersik di warung kedai pejalan di Sukorambi Jember. Berdasarkan analisis dan pembahasan dari hasil penelitian faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk dapat ditarik kesimpulan bahwa ada 7 faktor dalam penelitian ini yang paling dominan dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk dari warung kedai pejalan. Dari pembahasan di atas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul: **"Analisis faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih kopi gersik di kedai pejalan**

⁵ Alya Alifachda Lasasi, *Analisis Pesaingan Usaha Antar Warung Kopi Tradisional Dengan Warung Kopi Modern Di Kecamatan Wenang Kota Manado*, Skripsi : IAIN MANADO Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, 2021.

⁶ Alya Alifachda Lasasi, *Analisis Pesaingan Usaha Antar Warung Kopi Tradisional Dengan Warung Kopi Modern Di Kecamatan Wenang Kota Manado*, Skripsi : IAIN MANADO Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, 2021.

⁷ Muhammad Rendria Dinawan, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian*, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. 9, No. 3, 2010.

Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember”.

B. Fokus Penelitian

1. Faktor faktor apa saja yang di pertimbangkan konsumen dalam memilih kopi gresik di kedai pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember ?
2. Apa saja faktor faktor penghambat dan pendukung yang di pertimbangkan konsumen dalam memilih kopi gresik di kedai pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui konsumen dalam memilih sebuah kopi yang ditawarkan di warung kopi Kedai Pejalan di daerah Jubung Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember.
2. Untuk mengetahui apa saja faktor faktor penghambat dan pendukung yang di pertimbangkan konsumen dalam memilih kopi gresik di kedai pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember..

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Manfaat dapat berupa manfaat teoritis dan manfaat praktis, seperti manfaat bagi penulis, lembaga, dan masyarakat secara keseluruhan, dan kegiatan penelitian harus dilakukan secara realistis.⁸

1. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan

⁸ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2018), 83

tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan serta pengalaman dan dapat mengaplikasikan teori yang didapat dari penelitian ini.

2. Bagi Universitas Islam Negeri KH.Achmad Siddiq Jember

Diharapkan dapat menjadikan koleksi dan kajian serta sumber referensi mengenai analisis konsumen dalam memilih sebuah produk kopi.

3. Bagi Pemilik Kedai Kopi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi yang dapat di gunakan serta di terapkan oleh pembisnis kopi untuk lebih mengenal perilaku konsumen,perumusan strategi,dan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk mengenali perilaku konsumen dalam mempertimbangkan memilih warung kopi.

4. Bagi Peneliti Lain

Di harapkan dapat memberikan referensi untuk penelitian selanjutnya dan dapat menambah wawasan dan dapat mengembangkan teori tentang persaingan usaha.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah merupakan penjelasan makna dari masing masing kata kunci yang terdapat pada judul dan fokus rumusan masalah penelitian berdasarkan maksud dan pemahaman peneliti.

F. Analisis

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) analisis merupakan

penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab musabab, duduk perkara, dan sebagainya).⁹

1. Konsumen

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain.¹⁰ Konsumen merupakan pemakai barang atau jasa yang akan di pergunakan untuk diri sendiri tanpa menjualnya kembali.

2. Kopi Gersik

Kopi Gersik adalah kopi yang berawal dari bubuk kopi robusta, robusta sendiri adalah salah satu jenis tanaman kopi dengan nama ilmiah *coffea canephora*. Nama robusta diambil dari kata “*robust*”, istilah dalam bahasa inggris yang artinya kuat. Susuai dengan namanya, minuman yang di ekstrak dari biji kopi robusta memiliki cita rasa yang lebih kuat dan cenderung kuat¹¹. Kopi Gersik sendiri adalah kopi yang berbasis dari kopi robusta tetapi kopi gersik sendiri mempunyai cita rasa yang khas kopi yang lebih kental dari kopi robusta dan mempunyai cita rasa yang sedikit berbeda dari kopi robusta yaitu kopi yang lebih kental bubuknya, cita rasa yang lebih pekat dari kopi robusta biasanya.

3. Warung Kopi (Kedai Pejalan)

Warung kopi adalah tempat yang sering di kunjungi oleh masyarakat berbagai latar belakang , sosial budaya untuk berkumpul,

⁹ Pengertian Analisis menurut KBBI

¹⁰ <https://id.wikipedia.org/wiki/Konsumen> diakses pada tanggal 9 Juni 2022

¹¹ <https://rimbakita.com/kopi-robusta/> diakses pada tanggal 9 Juni 2022

diskusi, santai, dialog warga, opini masyarakat berbagai macam latar belakang, minum bersama untuk mendapatkan informasi bermanfaat yang didapat. ¹²Warung kopi sendiri sekarang sudah bukan identik dengan bapak bapak melainkan anak anak muda, mahasiswa pun sekarang lebih banyak mengunjungi warung kopi.

Warung kopi merupakan tempat yang menyediakan minuman kopi atau sejenisnya yang bersifat mudah di konsumsi para pelanggan dan konsumennya, jadi persaingan usaha warung kopi merupakan suatu usaha yang menyediakan minuman kopi atau sejenisnya yang bersaing anatar pelaku usaha yang lainya guna mendapatkan konsumen.¹³

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan dalam bentuk deskriptif naratif, bukan seperti pada daftar isi, untuk lebih mudahnya dibawah ini akan dikemukakan gambaran secara umum sistematika pembahasan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab 1 Pendahuluan, pada bagian bab ini membahas tentang dasar penulisan yang terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, serta sistematika pembahasan.

BAB II Kajian Kepustakaan, pada bagian bab ini membahas tentang

¹² Muhammad Fany Firdaus, "Analisis Faktor Faktor Yang Di Pertimbangkan Konsumen Dalam Memilih Warung Kopi Gaul"

¹³ Asri Amalia, "Analisis Persaingan Warung Kopi Di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo Dalam Perspektif Monopolistik" 2020

kajian pustaka yang berisi penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan serta memuat tentang kajian teori.

BAB III Metode Penelitian, pada bab ini membahas tentang metode yang digunakan peneliti meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, keabsahan data dan yang terakhir tahap-tahap penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian, yang membahas mengenai gambaran objek penelitian, penyajian data, analisis data dan pembahasan temuan.

BAB V Penutup, yang membahas mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang dilengkapi dengan saran sebagai gambaran atas hasil penelitian dan memperjelas makna penelitian yang dilakukan dan diakhiri dengan penutup serta daftar pustaka dan lampiran-lampiran.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Disamping itu dengan adanya penelitian terdahulu membantu kegiatan penelitian selanjutnya. Disamping itu kajian terdahulu penelitian dalam memposisikan penelitian serta menunjukkan orisinalitas dari penelitian. Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini adalah :

1. Asri Amalia, “ *Analisis Persaingan Warung Kopi Di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo Dalam Perspektif Monopolistik* “ ¹⁴(2020) Program SE Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Fokus dari penelitian yang diangkat dari masalah ini adalah persaingan warung kopi yang ada di sidoarjo dalam perspektif monopolistik.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dimana penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field reseach*) , penelitian ini bersifat deskriptif, dimana data data yang dikumpulkan dianalisis, secara kualitatif. Jenis data yang digunakan yakni data primer, sekunder dan sumber data.

¹⁴Asri Amalia, “*Analisis Persaingan Warung Kopi Di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo Dalam Perspektif Monopolistik*” 2020

Hasil dari penelitian yang dilakukan yakni masyarakat dapat menentukan dalam memilih sebuah warung kopi juga bisa menambah wawasan seta ilmu persaingan dalam berbisnis atau usaha lebih tepatnya lebih tepatnya dengan setruktur pasar mengenai persaingan usaha warung kopi dalam perspektif pasar monopolistik.

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama sama menggunakan penelitian kualitatif dan juga pembahasan yang sama yakni terkait konsumen.

Sedangkan perbedaan dari penelitian ini terletak pada landasan teori dan dalam menentukan lokasi penelitian tentunya juga sangat berbeda.¹⁵

2. Dina Marista, *“Analisis Persaingan Usaha Di Pasar Kenali Kecamatan Berlalui Kabupaten Lampung Barat Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam”*(2018). Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana persaingan usaha yang berada di pasar kenali Kecamatan Berlalui Kabupaten Lampung Barat Ditinjau Dari perspektif Etika Bisnis Islam para pedagang.

Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang lebih cenderung deduktif.

Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa persaingan usaha yang ada di pasar kenali memiliki 5 aspek yaitu harga, tempat, prooduk, dan purna jual. Disamping itu ada 5 aspek pula dalam prinsip etika bisnisnya

¹⁵ Asri Amalia, *“Analisis Persaingan Warung Kopi Di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo Dalam Perspektif Monopolistik”* 2020

meliputi prinsip tauhid, kejujuran, keseimbangan, kehendak bebas dan tanggung jawab sosial. Dari beberapa pedagang yang telah diwawancarai bahwa sebagian banyak para pedagang berprinsip jujur yang mana mereka tidak menyembunyikan adanya cacat dalam suatu barang dan sebagian besar mereka memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya.

Dari penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang saya lakukan dengan metode kualitatif.

Sedangkan perbedaannya dengan penelitian yang saya lakukan ini yaitu analisis faktor faktor yang mempengaruhi kopi gersik di kedai pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember dimana menjelaskan bahwa terdapat banyaknya yang meminati dari kopi gersik itu sendiri¹⁶.

3. Sintia Afriyanti dan Elly Rasmikayati, “ *Studi Strategi Pemasaran Terbaik Dalam Menghadapi Persaingan Antar Kedai Kopi Di Jatinangor*”. Tujuan dari penelitian ini yaitu guna menentukan suatu pemasaran berdasarkan pada perilaku konsumen di kedai kopi tersebut.

Pada penelitian ini menggunakan metode statistik deskriptif. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa para konsumen data berkunjung di Balike Coffe untuk merasakan nikmatnya kopi sedangkan di balad Coffe Wornk untuk menikmati suasana yang telah di tawarkan yang berarti para konsumen puas berada di Balike Coffe. Apabila suatu saat terjadi kenaikan harga maka konsumen akan membelinya, karena ciri khas di balike Coffe ini adalah jenis kopinya yang berasal dari Jawa Barat. Sedangkan Balad

¹⁶ Dina Marista, “*Analisis Persaingan Usaha Di Pasar Kenali Kecamatan Berlalu Kabupaten Lampung Barat Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam*” 2018

Coffe Work ini mempunyai keunggulan lebih dari jenis kopinya tidak hanya nusantara melainkan dari luar negeri juga. Sehingga pada persaingan tersebut terjadi fluktuasi penjualan. Lalu dari strategi untuk meningkatkan *omzet* maka dilakukanya strategi produk, harga, lokasi dan promosi.

Dari penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu persaingan usaha dalam memilih kopi dan mempunyai ciri khas tersendiri.

Perbedaanya dengan penelitian yang saya lakukan yaitu menggunakan penelitian dekskriptif dan kualitatif dan melakukan persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember dimana menjelaskan bahwa banyaknya yang meminati daari kopi gersik itu sendiri. Dan mempunyai ciri khasnya tersendiri yang sudah di kenal di kawasan luar dari area Jember.¹⁷

4. Rizky Ikhwan, "Analisis Perancangan Strategi Dengan Pendekatan *Blue Ocean Strategy* Untuk Meningkatkan Penjualan Daalam Persaingan Bisnis (Studi Kasus Di Kedai Kopi Nongkring)".¹⁸

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi apa yang tepat untuk digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini menggunakan strategi metode kualitatif. Metode yang di terapkan yaitu metode *Blue Ocean Strategi*.

Berdasarkan dari penelitian ini dijelaskan bahwa strategi yang tepat untuk

¹⁷ Sintia Afriyanti dan Elly Rasmikayati, "Studi Strategi Pemasaran Terbaik Berdasarkan Perilaku Konsumen Dalam Menghadapi Persaingan Antar Kedai Kopi Di Jatinangor"

¹⁸ Rizky Ikhwan, "Analisis Perancangan Strategi Dengan Pendekatan *Blue Ocean Strategy* Untuk Meningkatkan Penjualan Daalam Persaingan Bisnis (Studi Kasus Di Kedai Kopi Nongkring)"

digunakan di kedai kopi nongkring yaitu strategi yang memberikan fasilitas untuk sekolah barista bagi pemula, menambah varian kopi dan menu baru yang selama ini belum ada. Selain itu harus mengurangi atribut nilai pembeli yaitu harga suatu produk dan atribut yang perlu untuk diingat yaitu inovasi produk, kualitas produk, kualitas bahan juga kenyamanan tempat.

Dari penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu persaingan usaha,

Sedangkan perbedaannya dengan penelitian yang saya lakukan yaitu dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan melakukan persaingan usaha warung kopi di kedai pejalan, yang lebih menawarkan ciri khasnya masing masing.

5. Erna “*Strategi Persaingan Bisnis Cafe Di Kota Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam)*”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi apa yang di gunakan di cafe di Kota Parepare.

Pada penelitian in menggunakan metode dekskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa menggunakan metode SWOT. Para pemelik cafe memahami tentang persaingan produk, persaingan harga, persaingan pelayanan, dan persaingan cafe yang berada di Parepare ini sudah sesuai dengan etika bisnis dalam islam.

Dari penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang saya lakukan ini yaitu menggunakan metode dekskriptif kualitatif dan melakukan persaingan usaha.

Sedangkan perbedaanya dengan penelitian yang saya lakukan ini yaitu persaingan usaha warung kopi di kedai pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember

6. Muhammad Fany Firdaus "*Analisis Faktor Faktor Yang Di Pertimbangkan Konsumen Dalam Milih Warung Kopi Gaul*"¹⁹. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengemabihan keputusan konsumen dalam memilih warung kopi yaitu ada 5 faktor yaitu faktor fasilitas, faktor pelayanan, faktor kualitas makanan dan minuman, faktor kualitas pelayanan dan faktor kebersihan.

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis faktor penelitian ini termasuk metode penelitian exploratori dengan 100 responden penelitian ini.

Dari penelitian ini memiliki persamaan keputusan pelanggan dalam memilih sebuah warung kopi sama sama memiliki faktor faktor yang di pertimbangkan konsumen.

Perbedaan dalam penelitian ini adalah dilihat dari segi tempat penelitian yang sangat berbeda.

7. Ari Luhur Sasangka, "*Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Minuman Energi*". (Studi kasus pada Extra Joss di PT Toedjoe Cabang Semarang).²⁰Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh perilaku

¹⁹Muhammad Fany Firdaus "*Analisis Faktor Faktor Yang Di Pertimbangkan Konsumen Dalam Milih Warung Kopi Gaul*".

²⁰Ari Luhur Sasangka, "*Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Minuman Energi*". (Studi kasus pada Extra Joss di PT Toedjoe Cabang Semarang). 2020

konsumen yang terdiri dari faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan untuk membeli produk minuman berenergi merek Extra Joss.

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian sumber data dan skala pengukuran, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

Dari penelitian ini memiliki persamaan yaitu menganalisis tentang perilaku konsumen dalam memilih sebuah produk yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan.

Perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan adalah metode dari peneliti yang menggunakan kualitatif dan juga produk yang sangat berbeda.

8. Dimas Putu Wijaya, *“Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Produk Handpone*

Produk China”.²¹ Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh produk, harga dan kualitas mempunyai pengaruh terhadap pengaruh keputusan pembelian handpone produk china. Untuk menganalisis faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian handpone produk china.

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, instrumen data dan metode analisis data.

Dari penelitian ini memiliki persamaan yaitu sama sama

²¹ Dimas Putu Wijaya, *“Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Produk Handpone Produk China”*. 2012

menganalisis konsumen.

Dari segi perbedaan yaitu dari produk yang ditawarkan juga berbeda dengan peneliti.

9. Siti Hadija Bahar, “*Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Pada PT. Suracojaya Abadi Motor Makassar*”.²² Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor skuter matic yamaha. Untuk mengetahui variabel mana yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor skuter matic yamaha.

Metode penelitian ini adalah menggunakan penelitian yang memuat mengenai lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan teknik pengambilan sampel, pengukuran instrumen penelitian, definisi operasional variabel, dan metode analisis.

Persamaan dari penelitian ini adalah sama sama menganalisis konsumen ,metode analisis, sama sama menggunakan metode kualitatif dan deksriptif.

Perbedaan dari penelitian adalah lokasi dari penelitian dan konsumen barang yang diajukan dalam penelitian dari warung kopi kedai pejalan.

10. Rizki Saputra, “*Persaingan Usaha Antar Indomaret Dengan Minimarket*”

²² Siti Hadija Bahar,” *Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Pada PT. Suracojaya Abadi Motor Makassar*”

212 dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”.²³Tujuan dari penelitian ini adalah guna mengetahui bentuk antara persaingan indomaret dan minimarket 212 di Kelurahan Pengantungan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu untuk mengetahui dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

Pada penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa persaingan usaha yang dimiliki indomaret dan minimarket 212 mart ini menggunakan praktek monopoli yang berarti terjadi persaingan yang tidak sehat. Para konsumen lebih mengenali indomaret dari pada 212 mart dan ada beberapa dari konsumen yang mengeluh karena sebagian harga pada label tidak sesuai. Persaingan usaha ini termasuk persaingan yang sehat sesuai dengan hukum ekonomi syariah dan ada pula yang tidak sesuai dengan hukum ekonomi syariah.

Dari penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dan melakukan persaingan usaha.

Sedangkan perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan adalah persaingan usaha warung kopi, konsumen dan produk yang ditawarkan.

Tabel 2.1

Mapping persamaan dan perbedaan dari beberapa penelitian diatas, peneliti simpulkan persamaan dan perbedaan sebagai berikut:

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Asri	Analisis	Persamaan	Sedangkan

²³ Rizki Saputra, “*Persaingan Usaha Antar Indomaret Dengan Minimarket 212 dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*”⁸

	Amalia, program studi S1 Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Tahun 2020	Persaingan Warung Kopi Di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo Dalam Perspektif Monopolisti k	dalam penelitian ini adalah sama sama menggunakan penelitian kualitatif dan juga pembahasan yang sama yakni terkait konsumen.	perbedaan dari penelitian ini terletak pada landasan teori dan dalam menentukan lokasi penelitian tentunya juga sangat berbeda
2	Dina Marista, Program Studi S1 Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Tahun 2018	Analisis Persaingan Usaha Di Pasar Kenali Kecamatan Berlallau Kabupaten Lampung Barat Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam	persamaan dengan penelitian yang saya lakukan dengan metode kualitatif	perbedaanya dengan penelitian yang saya lakukan ini yaitu analisis faktor faktor yang mempengaru hi kopi gersik di kedai pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember dimana menjelaskan bahwa terdapat banyaknya yang meminati dari kopi gersik itu sendiri
3	Sintia Afriyanti	Studi Strategi	Persamaan dengan	Perbedaanya dengan

	<p>dan Elly Rasmikayati Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Padjajaran Tahun 2017</p>	<p>Pemasaran Terbaik Dalam Menghadapi Persaingan Antar Kedai Kopi Di Jatinangor</p>	<p>penelitian yang saya lakukan yaitu persaingan usaha dalam memilih kopi dan mempunyai ciri khas tersendiri</p>	<p>penelitian yang saya lakukan yaitu menggunakan penelitian deskriptif dan kualitatif dan melakukan persaingan usaha warung kopi di Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember dimana menjelaskan bahwa banyaknya yang meminati dari kopi gersik itu sendiri. Dan mempunyai ciri khasnya tersendiri yang sudah di kenal di kawasan luar dari area Jember</p>
4	<p>Rizky Ikhwan, program studi S1 Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas</p>	<p>Analisis Perancangan Strategi Dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy Untuk Meningkatkan</p>	<p>Dari penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu persaingan usaha</p>	<p>Sedangkan perbedaannya dengan penelitian yang saya lakukan yaitu dengan menggunakan metode deskriptif</p>

	Islam Indonesia Yogyakarta tahun 2018	Penjualan Daalam Persaingan Bisnis (Studi Kasus Di Kedai Kopi Nongkring)		kualitatif dan melakukan persaingan usaha warung kopi di kedai pejalan, yang lebih menawarkan ciri khasnya masing masing
5	Erna, Program studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare Tahun 2018	Strategi Persaingan Bisnis Cafe Di Kota Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam)	Dari penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang saya lakukan ini yaitu menggunakan metode dekskriptif kualitatif dan melakukan persaingan usaha	Sedangkan perbedaanya dengan penelitian yang saya lakukan ini yaitu persaingan usaha warung kopi di kedai pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember
6	Muhammad Fany Firdaus	Analisis Faktor Faktor Yang Di Pertimbang kan Konsumen Dalam Milih Warung Kopi Gaul	Dari penelitian ini memiliki persamaan keputusan pelanggan dalam memilih sebuah warung kopi sama sama memiliki faktor faktor yang di pertimbangka n konsumen	Perbedaan dalam penelitian ini adalah dilihat dari segi tempat penelitian yang sangat berbeda

7	Ari Luhur Sasangka, program studi S1 jurusan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro	Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Minuman Energi	Dari penelitian ini memiliki persamaan yaitu menganalisis tentang perilaku konsumen dalam memilih sebuah produk yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan	Perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan adalah metode dari peneliti yang menggunakan kualitatif dan juga produk yang sangat berbeda
8	Dimas Putu Wijaya, Program studi Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta	Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Produk Handphone Produk China	Dari penelitian ini memiliki persamaan yaitu sama sama menganalisis konsumen	Dari segi perbedaan yaitu dari produk yang ditawarkan juga berbeda dengan peneliti
9	Siti Hadija Bahar, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar Tahun 2012	Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha	Persamaan dari penelitian ini adalah sama sama menganalisis konsumen ,metode analisis, sama sama menggunakan metode kualitatif dan deksriptif.	Perbedaan dari penelitian adalah lokasi dari penelitian dan konsumen barang yang diajukan dalam penelitian dari warung kopi kedai

		Pada PT. Suracoyaya Abadi Motor Makassar		pejalan
10	Rizki Saputra, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Bengkulu Tahun 2019	Persaingan Usaha Antar Indomaret Dengan Minimarket 212 dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah	Dari penelitian ini memilik persamaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu menggunakan penelitian dekskriptif kualitatif dan melakukan persaingan usaha	Sedangkan perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan adalah persaingan usaha warung kopi, konsumen dan produk yang ditawarkan

Sumber di kelola oleh peneliti

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

B. Kajian Teori

Kajian teori berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian. Pembahasan teori secara lebih luas dan mendalam akan memperdalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah atau fokus penelitian dan tujuan dari penelitian.²⁴

1. Konsumen

a. Pengertian Konsumen

²⁴ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*, 46.

Konsumen Menurut Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam pasal 1 angka (2), konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk di pergunakan. Jika tujuan pembelian produk tersebut untuk dijual kembali, maka dia disebut pengecer atau distributor.²⁵

Menurut pendapat A. Abdurahman dalam buku Kamus Ekonomi - perdagangan (1986) konsumen adalah seseorang yang menggunakan atau memakai, mengonsumsi barang dan/atau pelayanan jasa.²⁶

Kemudian, menurut Az. Nasution, konsumen sendiri dibagi jadi dua golongan, yaitu²⁷:

- 1) Pemakai atau pengguna barang dan/atau pelayanan jasa dengan tujuan mendapatkan barang dan/atau pelayanan jasa untuk dijual kembali.
- 2) Pemakai barang dan/atau pelayanan jasa untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangganya.

²⁵ Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Pasal 1 angka 2

²⁶ A. Abdurahman, 1986, Kamus Ekonomi - Perdagangan, Gramedia, Jakarta, hlm. 230.

²⁷ Az. Nasution, 1995, Konsumen dan Hukum, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, hlm. 19.

b. Perlindungan Konsumen

Konsumen sendiri juga mendapatkan perlindungan yang sah di mata hukum. Maksud dari perlindungan konsumen . segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.

Di dalam perlindungan konsumen sendiri ada beberapa tujuan. Berdasarkan pasal 3 Undang-undang Perlindungan Konsumen, beberapa tujuan dari perlindungan konsumen adalah:²⁸

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa.
- 3) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha.
- 4) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- 5) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
- 6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin

²⁸ Undang undang perlindungan konsumen pasal 3

kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

c. Asas Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Dalam Perlindungan konsumen berlaku asas:²⁹

1) Asas manfaat; yaitu bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

2) Asas keadilan; dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan kewajibannya secara adil.

3) Asas keseimbangan; dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual.

4) Asas keamanan dan keselamatan konsumen; dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada

²⁹ Undang undang pasal langka IUUPK Nomer 8 Tahun 1999

konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

- 5) Asas kepastian hukum; dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

d. Hak Konsumen

sesuai dengan Pasal 5 Undang-undang Perlindungan Konsumen, beberapa hak konsumen adalah:³⁰

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- 6) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.

³⁰ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi/penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

e. Kewajiban Konsumen

Mengacu pada Pasal 5 Undang-undang Perlindungan Konsumen, beberapa kewajiban konsumen adalah:³¹

1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.

2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;

3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;

4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

2. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Keputusan pembelian dari pembeli sangat di pengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli. Sebagai

³¹ Undang-Undang Pasal 5 UUPK Nomor 8 Tahun 1999.

besar yaitu faktor faktor yang tidak bisa di kendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar benar di perhitun2gkan. Karenanya kita akan membahas pengaruh tiap faktor terhadap perilaku pembelian. ³² Adapun penjelsannya sebagai berikut:

a. Faktor Kebudayaan

Faktor budaya mencakup beberapa faktor yaitu:

- 1) Budaya adalah kumpulan nilai dasar, persepsi, keinginan, dan tingkah laku yang dipelajari oleh anggota masyarakat dari keluarga serta lembaga lainnya. Dalam hal ini, pergeseran budaya serta nilai-nilai dalam keluarga masuk dalam budaya.
- 2) Sub Budaya adalah sekelompok orang dengan sistem nilai terpisah berdasarkan pengalaman serta situasi kehidupan yang umum. Sub budaya termasuk mencakup nasionalisme, agama, kelompok ras, serta wilayah geografis.
- 3) Kelas sosial Adalah divisi masyarakat yang relatif permanen serta teratur dengan para anggotanya yang menganut nilai, minat, serta tingkah laku serupa.³³

b. Faktor Sosial

- 1) Kelompok Adalah dua orang atau lebih yang berinteraksi guna mencapai sasaran individu atau bersama. Ada beberapa kelompok primer yang punya interaksi reguler tapi sifatnya informal, seperti

³² Dr. Nugroho J. Setiadi .S.E., M.M., "Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen" Hal 9

³³ https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/30/110000669/4-faktor-utama-yang-mempengaruhi-perilaku-konsumen?page=all#google_vignette diakses pada tanggal 13 Juni 2022 jam 20.50

keluarga, teman, tetangga, serta rekan kerja. Ada pula kelompok sekunder yang punya interaksi kurang reguler tapi bersifat formal, seperti organisasi keagamaan, asosiasi profesional, serta serikat pekerja.

- 2) Keluarga Adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat. Karena suami, istri, dan anak sama-sama berpengaruh pada proses pembelian produk Ydan jasa.
- 3) Peran dan status Peran merupakan aktivitas yang diharapkan dilakukan seseorang menurut orang-orang yang ada di sekitarnya. Tiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan masyarakat. Sering kali individu memilih produk yang dapat menunjukkan statusnya kepada masyarakat.³⁴

c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan.

Keputusan membeli juga di pengaruhi karakteristik pribadi yaitu

- 1) Umur Dan Tahap Daur Hidup ada Beberapa hal seperti selera akan makanan, pakaian, perabot, tempat rekreasi, dan pembelian barang

³⁴ Suprihati, Wika Budi Utami, "Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusn Pembelian Mobil Pribadi Di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo " Jurnal Paradigma Vol.13 Tahun 2015.

memengaruhi daur hidup seseorang. Pemasar sering kali menentukan sasaran pasar dalam bentuk tahap daur hidup serta mengembangkan produk yang sesuai dengannya.

- 2) Pekerjaan Artinya pekerjaan seseorang berpengaruh pada barang dan jasa yang dibelinya. Pemasar akan berusaha mengenali kelompok pekerjaan yang punya minat di atas rata-rata terhadap produk serta jasanya.
- 3) Situasi ekonomi Situasi ekonomi berpengaruh pada pemilihan produk. Dalam hal ini, pemasar harus peka terhadap pendapatan masyarakat serta indikator ekonomi.
- 4) Gaya hidup Adalah pola kehidupan seseorang yang diwujudkan lewat beberapa aktivitas, seperti pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, kegiatan sosial, serta minat terhadap suatu hal.

- 5) Kepribadian dan konsep diri Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologi unik yang menyebabkan respons yang relatif konsisten serta tahan lama terhadap lingkungan dirinya sendiri. Kepribadian bermanfaat untuk menganalisis tingkah laku konsumen dalam memilih produk atau merek tertentu.³⁵

d. Faktor Psikologis

- 1) Motivasi yang kuat akan mendorong konsumen untuk memilih serta membeli barang yang dibutuhkannya. Adanya motif dan

³⁵ Suprihati, Wika Budi Utami, "Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusn Pembelian Mobil Pribadi Di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo" Jurnal Paradigma Vol.13 Tahun 2015.

dorongan dapat membantu seseorang bertindak, terutama dalam hal membeli produk atau jasa.

- 2) Persepsi Seseorang yang termotivasi pastinya akan bertindak. Karena persepsi memengaruhi motivasi dan tindakan seseorang dalam situasi tertentu.
- 3) Pengetahuan menggambarkan perubahan perilaku individu yang didasarkan pada pengalaman. Karena saat orang bertindak, mereka belajar dan mendapat pengalaman serta pengetahuan.
- 4) Keyakinan dan sikap Lewat tindakan dan belajar, seseorang akan mendapat keyakinan serta sikap. Dua faktor inilah yang memengaruhi perilaku pembelian produk dan jasa. Keyakinan akan membentuk citra produk dan merek. Bila ternyata keyakinan ini keliru dan menghambat pembelian, pemasar akan meluncurkan kampanye untuk mengoreksi keyakinan tersebut.³⁶

3. Kopi Gresik

Kopi Gresik tak ada yang tahu pasti sejarahnya kopi gresik, yang pasti masyarakat gresik dikenal dengan kebiasaan ngopi apalagi di kota santri ini penuh dengan pabrik dimana buruh dan sopir sering mampir ke warung/kedai pinggir jalan.³⁷

Sebagai salah satu kota terbesar di Jawa Timur padat penduduknya dan dilalui jalur pantura, Gresik sering dilewati kendaraan dari luar kota

³⁶ Suprihati, Wika Budi Utami, "Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi Di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo" Jurnal Paradigma Vol.13 Tahun 2015.

³⁷ <https://www.filosofikopi.com/2019/12/warung-kopi-gresik.html> diakses pada tanggal 15 Juni 2022 jam 21.35

baik sopir truk, wisatawan dan kendaraan dinas. Ini menjadi faktor warung kopi gresik menjamur di pinggir jalan.

Selain itu Kabupaten Gresik merupakan wisata bahari dan wisata religius, banyak yang beridiri di Kabupaten Gresik. Tradisi cangkruk ala santri juga diterapkan oleh warkop di lingkungan pondok pesantren.

Ciri khas kopi Gresik adalah serbuk yang sangat halus berwarna hitam ke coklatan dan rasanya sedikit berbeda dengan kopi robusta lainnya. Kopi Gersik adalah kopi yang berawal dari bubuk kopi robusta, robusta sendiri adalah salah satu jenis tanaman kopi dengan nama ilmiah *coffea canephora*. Nama robusta diambil dari kata “*robust*”, istilah dalam bahasa inggris yang artinya kuat. Susuai dengan namanya, minuman yang diekstrak dari biji kopi robusta memiliki cita rasa yang lebih kuat dan cenderung kuat³⁸. Kopi Gersik sendiri adalah kopi yang berbasis dari kopi robusta tetapi kopi gresik sendiri mempunyai cita rasa yang khas kopi yang lebih kental dari kopi robusta dan mempunyai cita rasa yang sedikit berbeda dari kopi robusta yaitu kopi yang lebih kental bubuknya, cita rasa yang lebih pekat dari kopi robusta biasanya.

Kopi Gersik yang ada di kedai pejalan sendiri adalah kopi yang berasal dari kota gresik kopi yang bernama kopi CR1, kopi yang sangatterkenal di daerah Kota Gersik maupun luar Kota Gersik termasuk Kota Jember sendiri. Menurut data yang saya cari melalui penelitian wawancara adalah kopi gersik atau kopi CR1 ini banyak peminatnya

³⁸ <https://rimbakita.com/kopi-robusta/> diakses pada tanggal 9 Juni 2022

didaerah kota Jember sayangnya kopi gersik ini di jember hanya ada di Kedai Pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember.

Kopi gersik adalah kopi yang cocok bagi daerah Kota Jember, kopi yang cocok bagi lidah masyarakat Kota Jember. Kopi yang berasal dari bubuk kopi robusta akan tetapi cara pengelolanya sangat berbeda dengan kopi robusta kopi yang di sangrai secara manual kopi yang lebih kental dari kopi robusta itu sendiri. Kopi gersik dengan ciri khas kopi yang kental kopi yang diminum masih melekat pada bibir dengan khas yang lebih kuat dari kopi robusta

Kopi Gersik adalah kopi bubuk yang terbuat dari biji kopi robusta pilihan yang langsung didatangkan dari perkebunan terbaik di pulau jawa, diracik dengan sepenuh hati dengan cita rasa yang tak terlupakan, kopi gersik merupakan bubuk berkualitas tinggi yang diolah dari biji kopi robusta asli, biji kopi robusta yang langsung di petik dari perkebunan terbaik di jawa, biji murni yang langsung di petik dari pohonnya tanpa menggunakan campuran bahan kimia, Kopi gersik diracik sendiri dengan menjaga kualitas bahan baku kopinya, melalui proses roasting (pemanggangan kopi) penggilingan kopi sampai pengemasan kopi yang dilakukan sangat teliti oleh tenaga yang berpengalaman.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dan jenis penelitian ini bersifat deskriptif. Metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang dapat diamati. Definisi tersebut lebih menekankan pada jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini yakni data deskriptif kualitatif. Dengan kata lain penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif dan berupaya menggali makna dari suatu fenomena berdasarkan fakta-fakta yang ada.³⁹ Peneliti menggunakan penelitian kualitatif agar peneliti dapat melakukan pendekatan secara langsung di lapangan, untuk memahami fenomena-fenomena yang terjadi dilapangan atau mendeskripsikan bagaimana Analisis Faktor Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Memilih Kopi Gresik Di Kedai Pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian ini akan dilakukan. Wilayah penelitian biasanya berisi tentang lokasi (dusun, desa, kecamatan, kabupaten, organisasi, peristiwa, teks dan sebagainya) dan unit analisis.⁴⁰ Sebelum melakukan penelitian, peneliti harus melakukan survey lokasi.

³⁹ M. Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 9.

⁴⁰ Babun Suharto dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 46.

Lokasi yang dijadikan sebagai tempat penelitian adalah konsumen yang ada di warung kopi kedai pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember Jawa Timur.

C. Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik Purposive untuk menentukan informan. Purposive adalah dimana peneliti sudah mengetahui kepada siapa peneliti akan melakukan wawancara. Orang yang diminta untuk memberikan keterangan suatu fakta atau pendapat, jadi subjek penelitian ini merupakan suatu informasi yang digali untuk mengungkapkan fakta di lapangan. Oleh karena itu adapun informan yang akan saya wawancarai sebagai berikut.

1. Pemilik dari warung kopi kedai pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember.
2. Konsumen dari kopi gresik yang ada warung kopi kedai pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember.
3. Pegawai dari warung kopi kedai pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember.

Berdasarkan kriteria informan dan data, peneliti mengambil informan sebanyak 12 orang di antaranya pemilik kedai pejalan, manajer kedai pejalan, barista kedai pejalan, dan konsumen dari kedai pejalan

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan hal yang cukup penting dalam sebuah penelitian, karena tujuan utama penelitian ini adalah mendapatkan

data. Peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standart data yang telah ditetapkan, apabila peneliti tidak mengetahui teknik pengumpulan data.⁴¹

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan studi pendahuluan untuk menemukan suatu permasalahan yang harus diteliti, dan juga teknik yang digunakan peneliti untuk menggali informasi yang lebih mendalam dari responden. Wawancara dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur. Wawancara dalam penelitian kualitatif sifatnya mendalam karena ingin mengeksplorasi informasi secara holistik dan jelas dari informan⁴².

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila penelitian ingin mengetahui hal-hal dari informan yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data ini berdasarkan tentang laporan dari diri sendiri atau setidaknya pada pengetahuan atau keyakinan pribadi.⁴³ Dalam hal ini peneliti lebih menggunakan pelaksanaan wawancara dengan *face to face* interview yaitu peneliti melakukan wawancara secara langsung yang mana bertatap muka dengan subjek untuk dapat memudahkan dalam pencarian informasi, penggalan data, dan bisa menjadi salah satu cara mudah dalam menjawab rumusan masalah penelitian ini. Dan peneliti sudah mengetahui kepada siapa saja narasumber yang tepat untuk di wawancara sebagai narasumber di kedai pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember.

⁴¹ Ibid., 224.

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabet, 2005), 72.

⁴³ Ibid., 72.

Adapun penelitian ini menggunakan wawancara tidak terstruktur guna memperoleh data mengenai

- a. Faktor faktor apa saja yang di pertimbangkan konsumen dalam memilih kopi gresik di kedai pejalan.
- b. Apa saja faktor penghambat dan pendukung dalam memilih kopi gresik di kedai pejalan.

E. Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman, data kualitatif merupakan sumber dari deskripsi yang luas dan berlandaskan kukuh, serta memuat penjelasan tentang proses-proses yang terjadi dalam lingkup setempat.⁴⁴ Dengan data kualitatif kita dapat mengikuti dan memahami alur peristiwa secara kronologis, menilai sebab- akibat dalam lingkup pikiran orang-orang setempat dan memperoleh penjelasan yang banyak dan bermanfaat. Dan lagi, data kualitatif lebih condong dapat membimbing kita untuk memperoleh penemuan yang tak diduga sebelumnya dan untuk membentuk kerangka teoritis baru; data tersebut membantu para peneliti untuk melangkah lebih maju dari praduga dan kerangka kerja awal.⁴⁵

Analisa data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke yang penting dan yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan sehingga mudah

⁴⁴ Dr. Ulber Silalahi, MA, Metode Penelitian Sosial, Bandung, 2012, hlmn.284-285

⁴⁵ Dr. Ulber Silalahi, MA, Metode Penelitian Sosial, Bandung, 2012, hlmn.284-285

dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Aktivitas dalam analisis kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu⁴⁶

1. Reduksi data

Data adalah bahan keterangan yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan penelitian, data dapat berupa himpunan fakta, angka, huruf, grafik, tabel, gambar, objek, kondisi, situasi. Data merupakan bahan baku informasi, peneliti memerlukan data yang benar yang dapat diperoleh di lapangan sesuai dengan topik dalam penelitiannya.

Reduksi data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Sebelum melakukan penelitian, seorang peneliti biasanya telah memiliki dugaan berdasarkan teori yang ia gunakan, dugaan tersebut disebut dengan hipotesis. Untuk membuktikan hipotesis secara empiris, seorang peneliti membutuhkan pengumpulan data untuk diteliti secara lebih mendalam.

Dalam suatu penelitian ilmiah, agar data yang dikumpulkan menjadi valid, maka harus mengetahui bagaimana cara-cara pengumpulan data dalam suatu penelitian, sehingga data yang diperoleh dapat menjadi pendukung terhadap kebenaran suatu konsep tersebut,

2. Penyajian Data

Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan,

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&d* (Bandung: Alfabeta, 2017), 244-256.

hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Dengan penyajian data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

Penyajian data merupakan suatu teknik analisis data kualitatif. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif (bentuk catatan lapangan), matriks, gambar, grafik, jaringan, dan bagan. Dalam melakukan penyajian data tepat dan terukur ini memerlukan data-data yang akurat. Data sendiri merupakan sesuatu yang belum mempunyai arti bagi penerimanya dan masih memerlukan adanya suatu pengolahan, agar bisa mendapatkan data yang akurat dan terpercaya maka perlu memaksimalkan adanya pengumpulan data.

3. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas. Dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.⁴⁷

Penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap, yang pertama menyusun simpulan sementara, namun dengan bertambahnya data maka dari itu perlu adanya verifikasi data, yakni dengan cara mempelajari kembali data-data yang ada. Kedua menarik kesimpulan akhir setelah kegiatan pertama selesai. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan jalan

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&d* (Bandung: Alfabeta, 2017), 247-253.

membandingkan kesesuaian pernyataan responden dengan makna yang terkandung dalam peneliti secara konseptual.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

F. Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik diantara beberapa informan yang dipilih, situasi lapangan, dan data dokumentasi. Bagian ini merupakan gambaran dari usaha yang hendak dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh keabsahan data di lapangan. Berikut triangulasi sumber dan triangulasi teknik:⁴⁸

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber adalah teknik pengujian keabsahan data yang diperoleh dari beberapa sumber dengan metode yang sama menggunakan metode wawancara.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik adalah penggunaan triangulasi teknik untuk pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Sebagai contoh data yang di peroleh dari wawancara, diuji keabsahan menggunakan observasi maupun dokumentasi.

G. Tahap Tahap Penelitian

Pada bagian ini, peneliti akan menjelaskan atau memberikan gambaran mengenai proses pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Proses penelitian dari awal hingga akhir perlu dijelaskan secara bertahap. Adapun tahapan tahapan penelitian sebagai berikut:

1. Tahap pra penelitian lapangan

Dalam tahap pra lapangan terdapat beberapa tahapan yang dilalui

⁴⁸ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah* (Jember:IAIN Jember Press,2018)

oleh peneliti, diantaranya sebagai berikut⁴⁹:

a. Menyusun Rencana Penelitian

Dalam tahap ini, peneliti membuat rancangan penelitian dengan mengumpulkan permasalahan yang diangkat sebagai judul, kemudian membuat matriks penelitian, selanjutnya dikonsultasikan kepada dosen pembimbing. Setelah selesai peneliti menyusun proposal sampai dengan diseminarkan.

b. Memilih Tempat Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, peneliti menentukan tempat dimana letak lokasi penelitian yang akan dilakukan. Dalam hal ini peneliti memilih tempat warung kopi kedai pejalan yang ada di Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember.

c. Mengurus Surat Perizinan

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan penelitian resmi, maka peneliti harus menyertakan surat izin dari pihak akademik kepada pihak tempat penelitian dilakukan.

d. Menilai Lapangan

Dilanjutkan dengan peneliti melakukan penelitian dilapangan untuk lebih mengetahui latar belakang objek penelitian, lingkungan penelitian dan lingkungan informan. Hal ini dilakukan agar mempermudah peneliti untuk menggali data.

⁴⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah* (Jember:IAIN Jember Press,2018)

e. Memilih dan Memanfaatkan Informan

Pada tahap ini peneliti memilih beberapa informan untuk mendapatkan atau memberikan informasi yang layak guna untuk data penelitian.

f. Menyiapkan Peralatan Penelitian

Setelah tahap menyusun rancangan penelitian sampai pada tahap memilih dan memanfaatkan informan, maka selanjutnya peneliti menyiapkan peralatan yang diperlukan diantaranya, buku catatan, alat tulis, buku referensi dan lain sebagainya.

2. Tahap Pekerja Lapangan

Setelah tahap lapangan dilakukan, maka peneliti melanjutkan pada tahap pekerjaan lapangan. Pada tahap ini penulis mulai terjun ke lokasi untuk mengumpulkan data melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi⁵⁰. Pada tahapan ini terdiri dari beberapa bagian diantaranya:

a. Memasuki Penelitian Lapangan

Pada bagian ini peneliti mulai memasuki lapgam untuk mendapatkan data-data dengan melakukan proses wawancara, observasi dan dokumentasi.

b. Menyempurnakan Data Yang Belum Lengkap

Pada tahap ini peneliti datang ke lokasi penelitian untuk mendapatkan data yang dirasa kurang begitu lengkap

⁵⁰ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah* (Jember:IAIN Jember Press,2018)

3. Tahap Analisis Data

Tahap ini merupakan tahap terakhir dari suatu penelitian. Seluruh data yang sudah terkumpul selanjutnya dianalisa secara keseluruhan oleh peneliti kemudian dideskripsikan dalam bentuk laporan tertulis.⁵¹ Dalam tahap ini peneliti juga melakukan kajian mendalam atau mengelola data hasil penelitian dan dipadukan dengan teori-teori yang ada. Berikut bagian-bagiannya:

a. Menganalisis Data Yang Di Peroleh

Pada tahap ini peneliti mengumpulkan seluruh data hasil penelitian untuk dianalisa dan disusun menjadi laporan dalam bentuk laporan tertulis.

b. Menyajikan Data Dalam Bentuk Laporan

Pada tahap ini peneliti menyusun dalam bentuk laporan, yang selanjutnya akan di konsultasikan kepada dosen pembimbing sampai dengan sebaik-baiknya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

⁵¹ Alya Alifachda Lasasi, *Analisi Pesaingan Usaha Antar Warung Kopi Tradisional Dengan Warung Kopi Modern Di Kecamatan Wenang Kota Manado*, Skripsi : IAIN MANADO Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, 2021.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Kedai Pejalan

Warung kopi kedai pejalan berdiri pada 11 Juli 2017, konsep warung kopi dengan tempat yang kecil dan ala kadarnya, bahkan awalnya tempat usahanya sepi pengunjung karna masih merintis di awal mula dan banyak yang belum mengerti keunggulan produk dari kedai pejalan tersebut.⁵²Tujuan kedai ini dibuat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan tempat “duduk santai” yang dianggap jarang ada untuk kalangan mahasiswa di Sukorambi terlebih posisi yang dibawa warkop kedai pejalan ke benak konsumen adalah kedai yang *low cost* dan *cozy* yang berartian (*low cost*) bisnis biaya rendah yang memiliki strategi memangkas beberapa atribut produk agar dapat meminimalisir biaya kemudian dapat menawarkan produk yang lebih murah, dan (*cozy*) yang berartian “nyaman” untuk dikunjungi anak muda. Sejak kedai pejalan berdiri hingga sekarang dalam hal probilitas memiliki perkembangan yang fluktiatif, kedai pejalan mengalami peningkatan.

2. Kondisi Geografis Kedai Pejalan

Letak geografis merupakan lokasi yang menunjukkan tempat dimana penelitian tersebut dilakukan.⁵³ Kedai Pejalan terletak di outlet No 2 Rest Area, Jl. Brawijaya, Krajan, Jubung, Kecamatan Sukorambi,

⁵² Sumber data dari pemilik kedai pejalan

⁵³ Babun Suharto, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*

Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur”

3. Motto Kedai Pejalan

“caffeto ergo sum, aku ngopi maka aku ada”⁵⁴

4. Visi Misi Kedai Pejalan

a. Visi

Menjadikan Kedai Pejalan sebagai pusat tempat ngopi, bersantai, mengerjakan tugas, bercanda suka ria yang ada di kota Jember.

b. Misi

1) Menjual produk kopi yang tidak ada di warung kopi yang ada di kota jember contoh yang saya angkat yaitu kopi Gresik

2) Menyediakan kopi yang berkualitas

3) Menyediakan tempat yang nyaman untuk berkumpul dan bersantai

4) Memberikan pelayanan yang unggul dan prima dalam penyajian

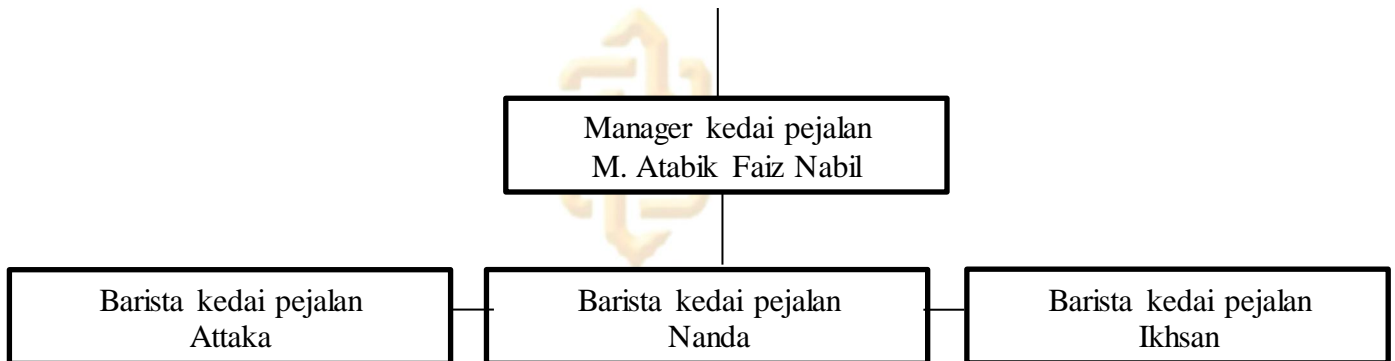
5) Rahmatan lil alamin

5. Struktur Organisasi Kedai Pejalan

Berikut struktur organisasi kedai pejalan sebagai berikut

⁵⁴ Sumber data dari pemilik kedai

<p>Pemilik kedai pejalan Ihdan Nizar</p>
--



a. Pemilik Kedai Pejalan

Pemilik Kedai Pejalan sekaligus pendiri kedai pejalan yaitu Ihdan Nizar mempunyai kedudukan paling tinggi dalam struktur Organisasi kedai pejalan yang mempunyai kewenangan dan keputusan penuh dalam kegiatan yang diambil seperti:

- 1) Acara seduh kopi se Kabupaten Jember yang ada di kedai pejalan
- 2) Membina hubungan baik dengan mitra bisnis karyawan serta konsumen
- 3) Memberikan informasi mengenai kegiatan yang akan dilaksanakan di kedai pejalan.

b. Wakil Pemilik Kedai Pejalan

Wakil pemilik kedai pejalan dipegang oleh faiz. Wakil pemilik ini mempunyai kedudukan tertinggi ke dua setelah pemilik dari kedai pejalan dan memiliki kewenangan terbatas dari pemelik kedai pejalan. Wakil pemilik ini mempunyai tugas untuk menggantikan sang pemilik kedai apabila berhalangan. Setiap tugas yang dilakukan pemilik kedai harus mempunyai izin dari sang pemilik kedai. Selain itu tugas dari wakil

pemilik kedai yaitu mengecek barang apabila barang yang mau di perjualkan telah habis

c. Barista Kedai Pejalan

Barista kedai pejalan ia adalah orang yang bertanggung jawab dalam meracik, membuat, menyiapkan dan menyajikan kopi. Kebanyakan barista bekerja di kedai kopi atau *coffe shop* yang menyediakan menu utama kopi gresik kelihatanya sepele, “hanya” meracik dan membuat kopi, sebetulnya pekerjaan sebagai barista membutuhkan training yang cukup panjang serta kemampuan tingkat tinggi untuk menghasilkan racikan kopi yang enak bagi yang belum tahu.

B. Penyajian data dan Analisis data

Sebagaimana telah dijelaskan bahwa dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai alat pendukung dalam penelitian ini. Penelitian haruslah disertai metode analisis data sehingga menghasilkan suatu kesimpulan yang dapat dipertanggung jawabkan.

Pertama, observasi dilakukan untuk memperoleh data mengenai analisis faktor faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih kopi gresik dikedai pejalan yang ada di Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember.

Kedua, wawancara dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada narasumber yang dianggap tahu informasi mengenai faktor faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih kopi gresik dikedai pejalan

yang ada di Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember.

Ketiga, dokumentasi dilakukan dengan cara pencatatan selama penelitian ini berlangsung baik dokumentasi secara manual maupun secara digital.

Peneliti berusaha memaparkan gambaran mengenai faktor faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih kopi gresik di kedai pejalan yang ada di Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember. Dengan data dan fenomena yang didapat dan setelah mengalami proses berbagai metode yang digunakan akhirnya sampai pada pembuktian data, karena data yang diperoleh sudah dianggap *representative*/perwakilan untuk dijadikan sebuah laporan.

Meliputi uraian data dan hasil yang diperoleh dengan menggunakan metode dan prosedur yang diuraikan di dalam Bab 3. Uraian ini mencakup uraian tentang data yang disajikan dengan pokok bahasan yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Hasil analisis data merupakan hasil penelitian yang disajikan dalam bentuk pola, tema, trend/kecenderungan, dan motif yang muncul dari data. Selain itu, hasilnya dapat berupa penyajian kategori, sistem klasifikasi, dan tipologi.⁵⁵

1. Faktor faktor apa saja yang di pertimbangkan konsumen dalam memilih kopi gresik di kedai pejalan

Pada era sekarang ini dalam dunia usaha pasti mengalami suatu persaingan usaha, sebagian besar dunia usaha mengalami persaingan

⁵⁵ Babun Suharto, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember, IAIN Jember Press, 2018), 76.

usaha. Pada dunia usaha tidak akan terlepas dari yang namanya persaingan suatu usaha, entah usaha yang sifatnya masih kecil ataupun usaha yang sudah lenih maju jadi lebih besar dan tidak memandang dari segi usaha yang sejenis ataupun tidak sejenisnya.⁵⁶ Persaingan usaha ialah berkompetisi antar pelaku usaha yang lainya guna menarik pelanggan atau konsumen supaya datang pada usaha tersebut yang bisa menguntungkan terhadap pelaku usaha tersebut. Khususnya pada dunia persaingan usaha warung kopi yang pada era sekarang ini sangat mudah untuk mencari warung kopi. Warung kopi saat ini memiliki posisi yang cukup penting bagi masyarakat yang bisa menarik para pelanggan atau konsumen untuk saling berdatangan. Warung kopi pada era sekarang ini dijadikan masyarakat atau para konsumen sebagai ruang dalam segala hal yang artinya digunakan sebagai tempat berkumpul dengan teman-teman, sebagai tempat forum diskusi, tempat untuk mengerjakan tugas kuliah, tugas kantor ataupun tugas sekolah, sebagai tempat bermain game dan sebagainya.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang saya lakukan terhadap usaha warung kopi di kedai pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember. Ini di peroleh data bahwa perkembangan usaha warung kopi di Kecamatan ini berkembang pesat. Kemajuan usaha warung kopi saat ini dengan warung kopi yang dahulu sudah sangatlah berbeda. Sekarang sudah

⁵⁶ Asri Amalia, "Analisis Persaingan Warung Kopi Di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo Dalam Perspektif Monopolistik" 2020

banyak usaha warung kopi baru yang bermunculan di Kecamatan Sukorambi. Perbedaan usaha warung kopi yang terdahulu dengan yang sekarang ini yaitu kalau usaha warung kopi dulu itu sangat sederhana dan apa adanya, rata-rata pelanggan yang berdatangan di warung kopi tersebut sudah sebagai pelanggan tetapnya yang pada umumnya dikunjungi oleh orang dewasa.

Menurut Ihdan Nizar, selaku Pemilik Kedai Pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember. Saat wawancara pada tanggal 21 November 2022.

“Warung kopi kedai pejalan berdiri pada 11 Juli 2017, konsep warung kopi dengan tempat yang kecil dan ala kadarnya mas, jadi dulu itu kita hanya menyediakan minuman hanya kopi dan teh saja karna konsumen dulu kalo gak ngopi ya ngeteh karna dulu juga jarang banget ada yang pesen minuman yang viral viral seperti sekarang, kedai pejalan ini dulu sering dikunjungi oleh supir supir truk atau bapak bapak yang hanya cuma sekedar nongkrong saja mas, tetapi sekarang sudah mulai dikunjungi oleh masyarakat berbagai latar belakang, seperti mahasiswa anak anak muda. Sekarang alhamdulillah mulai berkembang warung kopi saya. Dulu awalnya tempat saya ini kecil mas ala, sekarang alhamdulillah mulai berkembang dan biasanya kopi yang dicari disini adalah kopi gresik yang langsung kita datangkan dari sana”⁵⁷

Berdasarkan apa yang dikatakan oleh pemilik kedai pejalan Ihdan Nizar warung kopi yang ia rintis memang benar benar dari nol, dulunya sepi banget pelanggan yang datang buat ngopi santai ataupun ngeteh, seiring berjalannya waktu mulailah berdatangan mulai mengenal apa yang ditawarkan oleh kedai pejalan dengan ciri khas kopi gresik yang dijember hanya ada di kedai kopi pejalan.

⁵⁷ Ihdan Nizar, *wawancara*, Jember 21 November 2022

Seperti apa yang disampaikan oleh salah satu konsumen kedai pejalan, Moch. Nasih KH, yang mana Nasuh Ini merupakan konsumen kedai pejalan dari tahun 2018 akibat kopi gresik yang ditawarkan kedai pejalan.

“Awalnya saya itu pernah nyobak mas diMalang dan saya suka banget dengan kopi gresik ini, nah terus saya cari didaerah Jember ternyata saya nemu kopi gresik ini ada yaang jualan dikedai kopi pejalan ini akhirnya keterusan sampai sekarang. Kopi gresik menurut mas Nasih kopi ysg memiliki cita rasa yang cenderung gurih dan selain juga memiliki tekstur yang lebih halus dari kebanyakan kopi yang lainya. Kopi Gresik sendiri memiliki pelanggan tersendiri mas biasanya karna kopi ini memiliki rasa yang sangat pekat dilidah dan harumnya juga berbeda dari kopi biasanya.”⁵⁸

Berdasarkan penjelasan yang disampaikan oleh Mas Nasih selaku pelanggan setia kopi gresik yang ada dikedai pejalan ini awalnya dia pernah ngopi didaerah malang dan akhirnya dia balik ke Jember dia menemukan kopi gresik ini dikedai pejalan. Awalnya dia penasaran apakah kopi gresik ini sama seperti yang ada dimalang ternyata sama akhirnya dia memutuskan ngopi disini sampai sekarang dengan pesanan yang sama setiap ngopi dikedai pejalan ini. Menurut mas Nasih Kopi gresuk sendiri memilik ciri khas yang berbeda dengan kebanyakan kopi yang ada di kota Jember bahkan kopi gresik sendiri menurut mas nasih tidak ada di kota jember, hanya satu satunya dijember yaitu dikedai pejalan Kecamatan Sukorambi. Kopi gresik menurut mas nasih memiki cita rasa yang berbeda dengan yang kopi kebanyakan yang ada di jember, kopi gresik memiliki cita rasa yang lebih halus rasanya lebih enak dilidah

⁵⁸ Moch. Nasih KH, wawancara, Jember 29 November 2022

dan itulah yang membuat mas nasih keterusan memilih kopi gresik dari pada kopi robusta ataupun arabica yang ada dikedai pejalan.

Selanjutnya mas aqin selaku konsumen kopi gresik di kedai pejalan menjelaskan bahwa

Kopi gresik menurut saya mas selaku penikmat kopi gresik memang kalok dibandingkan dengan kopi lain yang ada di jember sangat berbeda apalagi kopi gresik ini menurut saya kopi paling cocok buat saya, terus faktor faktor yang membuat seseorang memilih kopi gresik ini ya memang kopinya yang dicari karena disini hanya satu satunya yang ada di jember setahu saya mas dan dengan kualitas kopi gresik yang sangat sederhana tapi soal rasa memang memiliki ciri khasnya sendiri

Selanjutnya menurut mas Lubis selaku konsumen dari kopi gresik yang ada dikedai pejalan saat wawancara pada 30 Desember 2022 :

“kebanyakan kedai kopi lain menjual kopi berjenis kopi robusta dan arabica, ketika saya berkunjung ke kedai pejalan saya mencoba menu kopi yang berjenis kopi gresik, dan menurut saya kopi gresik berbeda dengan kopi robusta dan arabica karna rasa kopi yang *vegetal* atau sepah juga pahitnya berbeda dengan jenis kopi lainnya yang membuat saya suka dan tertarik dengan kopi gresik”⁵⁹

Ditambahkan dengan mas Muzammil selaku konsumen dari kopi gresik yang ada dikedai pejalan wawancara pada 30 Desember 2022.

“awalnya saya cuman sekedar menikmati kopi kopi hitam yang diwarung warung daerah jemberan sini mas, kemudian saya diajak ngopi dikedai pejalan sini oleh teman saya salah satu penikmat kopi gresik, awalnya saya bingung memilih kopi yang ada dikedai pejalan sini mas, kemudian teman saya merekomendasikan kopi gresik yang ada dikedai pejalan. Dari situlah saya mulai menemukan kopi yang sesuai dengan selera saya karna kopi gresik memiliki karakteristik kopi yang lebih kental dan yang sesuai dengan selera saya, akhirnya sampai sekarang saya menjadi penikmat kopi gresik yang ada dikedai pejalan.”⁶⁰

⁵⁹ Lubis, wawancara 30 Desember 2022

⁶⁰ Muzammil, wawancara 30 Desember 2022

Berdasarkan penjelasan yang disampaikan oleh mas Lubis dan mas Muzammil selaku konsumen kopi gresik yang ada di kedai pejalan. Menurut mas Roqi ialah awalnya dia mencoba menu yang ada di kedai pejalan yaitu kopi gresik karna dia keseringan ngopi robusta ataupun arabica ditempat tempat lain karna bosan akhirnya dia mencoba menu kopi gresik yang ada di kedai pejalan, menurut mas Lubis kopi gresik memiliki cita rasa yang berbeda dengan kopi robusta ataupun arabica, kopi gresik sendiri memiliki rasa yang vegetal ataupun sepet dan juga kopi gresik memiliki pahit yang berbeda dengan kopi lainnya. Menurut mas Muzammil kopi gresik sendiri awalnya dia direkomendasikan oleh temennya yang sudah sering menikmati kopi gresik karna keseringan ngopi dengan kopi kopi hitam biasanya yang ada di warung warung sini akhirnya dia waktu ngopi di kedai pejalan di rekomendasikan oleh temennya untuk memilih kopi gresik akhirnya menurutnya kopi gresik ini sangat cocok. Kopi Gresik menurut mas Muzammil kopi yang lebih kental dan sedikit lebih pahit menurutnya dan akhirnya dia memutuskan memilih kopi gresik sampai sekarang.

Menurut mas Tri wawancara pada tanggal 30 Desember 2022 selaku konsumen kopi gresik di kedai pejalan.

“awalnya saya tahu kopi gresik ini ada di warung kopi 1991 yang ada di jalan karimata, dan pada waktu itu warung kopi ini akhirnya tutup mas dan akhirnya saya pindah ngopi di kedai pejalan ini mas dari awal 2017 sampai sekarang, dari awal berdirinya kedai pejalan karna yang punya kedai pejalan sendiri ini teman saya. Pada saat itu belum banyak yang mengenal kopi gresik makanya dari itu kopi gresik sendiri bagi saya buat selingan kopi robusta, rasa kopi gresik

sendiri menurut saya mas lebih strong dari kopi robusta, pahitnya itu berbeda dengan kopi robusta, kopi gresik menurut saya pahitnya itu lebih kearah kelidah itu lebih lengket dari pada kopi kebanyakan yang ada di Jember jadi kopi gresik ini menurut saya buat selingan aja mas”.⁶¹

Berdasarkan penjelasan mas tri selaku konsumen kopi gresik dikedai pejalan dia awal ngerti kopi gresik dikedai pejalan ini karna dia sudah tau kopi gresik ini seperti apa, dia sudah pernah mencoba kopi gresik ini di kedai kopi lain dan kedai kopi tersebut tutup akhirnya dia pindah tempat ngopinya dikedai pejalan ini karna dia sudah tau bahwa dikedai pejalan ini ada menu kopi gresik karna yang punya kedai kopi ini ialah temenya sendiri. Kopi gresik menurut mas tri selaku konsumen kopi gresik ini memiliki ciri khasnya sendiri, kopi gresik ini menurut mas tri mempunyai rasa yang sedikit berbeda dengan kopi robusta ataupun kopi yang ada dijember, kopi gresik mempunyai cita rasa yang khas yaitu pahinya dilidah gak hilang dan kopi gresik buat mas tri ini hanya buat selingan saja menurutnya kopi gresik ini kalau dibuat setiap hari nanti bakalan ketagihan ataupun bisa bisa gak cocok dengan kopi lainnya.

2. Faktor penghambat dan pendukung yang di pertimbangkan konsumen dalam memilih kopi gresik di kedai pejalan ?

Menurut mas candra selaku konsumen kopi gresik dikedai pejalan wawancara pada 31 agustus 2022

“kopi gresik menurut saya sangat memuaskan bagi saya karna kopinya itu sangat cocok bagi saya mas, kopi gresik ini memiliki ciri khas yang berbeda dengan kopi yang lainnya, kopi gresik ini menurut saya memiliki pahit yang pas dilidah saya kopinya juga

⁶¹ Mas Tri, wawancara 30 Desember 2022

memiliki bubuk yang sangat halus apalagi kopi gresik ini ditambah dengan susu, makin lebih strong mas rasanya, mungkin menurut saya seperti ini, kalo ada yang ketagihan kopi gresik ini saya gak kaget mas karna kopinya emang memiliki ciri khas sendiri jadi makin betah ngopi gresik ini hahaha⁶²

Hasil wawancara dari mas candra ini dapat diketahui bahwa kopi gresik ini memiliki cita rasa yang khas dari pada kopi yang lain yang ada dijember, kopi gresik memiliki cita rasa yang pas dilidah konsumen yang ada dijember dan memiliki bubuk yang sangat halus

Menurut mas attaka selaku pegawai/barista kedai pejalan wawancara pada tanggal 03 Januari 2023

“tugas saya mas dikedai pejalan itu sebelum memulai kerja saya harus menstok semua yang dijualkan dikedai pejalan habis itu bersih bersih juga dan habis itu saya mulai jadi barista atau bisa disebut juga tukang kopi setelah selai kami juga tidak langsung pulang mas melainkan closingan ataupun menghitung hasil penjualan waktu shift saya⁶³

Jadi menurut mas attaka selaku barista atau tukang kopi yang ada dikedai pejalan ini menjelaskan bahwa tugasnya dikedai pejalan ini ialah jadi barista dikedai pejalan ini bukan hanya sekedar menyiapkan pesanan pembeli melainkan lebih spesifiknya yaitu juga menghitung persediaan waktu dia memulai shift dan menghitung penjualan setelah pergantian shift.

Menurut mas fais selaku waktu dari pemilik kedai pejalan ataupun manager dari kedai pejalan, wawancara 03 Januari 2023

⁶² Mas candra, wawancara 31 Agustus 2022

⁶³ Mas attaka, barista kedai pejalan, wawancara 03 Januari 2023

“tugas saya di kedai pejalan ini mas jadi bukan hanya backup temen temen apabila ada yang sakit tugas saya di kedai pejalan ini menyediakan barang barang atau jadi tukang menyediakan barang barang apabila dalam stok barang yang ada di kedai pejalan ini habis jadi tugas saya sebenarnya hanya belanja dan juga mengecek hasil penjualan dari temen temen barista berapa pengeluaran waktu dia shift dan berapa penjualan dia shift, faktor faktor yang membuat konsumen memilih kopi gresik di kedai pejalan yaitu jenis kopi gresik itu sendiri mas terus kualitas kopi mas, harga kopi gresik brand kopi gresik terus kopi gresik itu mas adanya hanya di kedai pejalan.”⁶⁴

Hasil dari wawancara dari wakil pemilik kedai atau bisa disebut juga manager kedai pejalan jadi tugas dari manager kedai pejalan ini ialah merekap hasil pemasukan dan pengeluaran setiap harinya dan dia juga yang menggantikan apabila ada pegawai yang sakit ataupun lagi berhalangan izin. Tugas dari manager kedai pejalan ini juga menyediakan barang barang yang mau di perjualkan untuk setiap harinya.

Menurut mas Ali selaku konsumen kopi gresik kedai pejalan wawancara pada tanggal 05 Januari 2023

“kopi gresik itu memiliki cita rasa yang khas dari kopi yang ada di jember mas jadi kopi gresik ini menurut saya kopinya lebih kerasa lebih kuat lebih enak dilidah lebih enak dari kopi robusta dan juga harganya terjangkau mas buat saya jadi saya cocok.”⁶⁵

Jadi menurut mas ali ini kopi gresik sangat cocok buatnya karna kopinya lebih kerasa dilidah dan harganya yang sangat terjangkau

Menurut mas condro selaku konsumen dari kopi gresik wawancara 7 Januari 2023

“Awal saya suka dari kopi gresik itu mas karna rasanya hampir

⁶⁴ Mas fais, wakil pemilik kedai pejalan, wawancara 03 Januari 2023

⁶⁵ Mas ali, wawancara 05 Januari 2023

mirip dengan kopi espresso, kopi gresik ini rasa setelah minum kopi itu ada manisnya ada pahitnya ada asemnya jadi rasa kopi gresik ini hampir mirip dengan kopi espresso yang biasanya saya minum, awal saya ngopi gresik ini saya coba coba karna selama saya ngopi kedai pejalan ini saya biasanya pesan kopi robusta akhirnya semenjak saya memilih kopi gresik saya tidak pernah pindah dari kopi gresik karna kopinya hampir mirip dengan yang saya suka, kopi gresik ini nyaman banget dilidah buat ngopi jangka panjang itu sangat nyaman karna rasanya apabila kopinya dingin itu masih sangat kerasa mas mungkin itu yang saya membuat memilih kopi gresik dari pada kopi robusta”⁶⁶

Jadi menurut mas condro ini kopi gresik memiliki cita rasanya hampir sama Dengan kopi yang ia sukai yaitu kopi espresso kopi yang rasanya setelah diminum ada rasa manis pahit dan juga asam jadi perpaduan dilidah setelah diminum itu sangat nyaman untuk dinikmati, menurut mas condro ini yang membuat banyak konsumen yang datang ke kedai pejalan ini karna salah satunya yaitu kopi yang berbeda dengan kopi yang ada didaerah Jember.

Menurut mas pipo mengenai faktor penghambat tentang kopi gresik

Jadi menurut saya mas penghambat masalah kopi gresik ini hanya ada di barangnya kadang kadang habis waktu saya ngopi disini jadi waktu itu saya sudah nyampek sini barangnya sudah habis suruh nunggu beberapa hari lagi karrena barangnya belum nyampek.

C. Pembahasan Temuan

Pada bagia ini akan membahas temuan temuan tentang apa faktor faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih kopi gresik kedai pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember. Untuk mengetahui data apa

⁶⁶ Mas condro, wawancara 07 Januari 2023

saja faktor faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih kopi gresik dikedai pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember maka peneliti memperoleh data dari hasil wawancara, pengamatan dan dokumentasi.

Data diperoleh bukan dalam bentuk angka melainkan dengan wawancara atau argumentasi dengan beberapa sumber antara lain informasi dari pemilik kedai pejalan, manager kedai pejalan, barista kedai pejalan dan juga dari beberapa konsumen dari kedai pejalan serta data yang diperoleh dari pengamatan yang sudah dilakukan. Peneliti juga dapat dokumentasi dari analisis faktor faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih kopi gresik dikedai pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember antara lain melalui foto foto yang sudah didokumentasikan.

Pembahasan temuan membahas mengenai mengenai analisis data yang akan dikaji dengan teori yang ada untuk mengetahui keterikatan keduanya guna menjawab rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini. Pembahasan temuan akan disusun berdasarkan pokok indikator dan sub rumusan masalah seperti pemaparan dalam penyajian data dan analisis.

1. Faktor faktor yang di pertimbangkan kosumen dalam memilih kopi gresik dikedai pejalan

Berdasarkan temuan hasil penelitian mengenai faktor faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih kopi gresik dikedai pejalan. Konsumen merupakan setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga,

orang lain.⁶⁷ Konsumen Menurut Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam pasal 1 angka (2), konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk di pergunakan. Jika tujuan pembelian produk tersebut untuk dijual kembali, maka dia disebut pengecer atau distributor.⁶⁸ Menurut pendapat A. Abdurahman dalam buku Kamus Ekonomi - perdagangan (1986) konsumen adalah seseorang yang menggunakan atau memakai, mengonsumsi barang dan/atau pelayanan jasa.⁶⁹

Hasil wawancara yang disampaikan informan pada sub bab sebelumnya faktor faktor yang menyebabkan konsumen memilih kopi gresik kedai pejalan adalah karna kopi gresik sendiri memiliki ciri khas yang berbeda dengan kopi yang ada di kedai kopi di Jember salah satunya mempunyai rasa yang sangat koplit dari kopi itu sendiri. Ciri khas kopi gresik yaitu bubuk yang sangat halus mempunyai warna kopi yang berbeda dan memiliki cita rasa yang berbeda juga karna kopi gresik di Jember hanya ada di kedai pejalan.

⁶⁷ <https://id.wikipedia.org/wiki/Konsumen> diakses pada tanggal 9 Juni 2022

⁶⁸ Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Pasal 1 angka 2

⁶⁹ A.Abdurrahman, 1986, Kamus Ekonomi - Perdagangan, Gramedia, Jakarta, hlm. 230.

Faktor faktor kosumen dalam memilih kopi gresik dikedai pejalan adalah Konsumen memiliki prefensi terhadap jenis kopi tertentu sehingga konsumen akan mempertimbangkan kopi gresik yang ada di kedai pejalan. Kualitas biji kopi Konsumen memilih kualitas biji kopi yang digunakan oleh kedai pejalan. Hal ini dapat mempengaruhi rasa dan aroma kopi yang dihasilkan. Metode pengolahan kopi Konsumen memilih metode pengolahan kopi yang digunakan oleh kedai pejalan. Beberapa metode populer termasuk seduh manual, brewing kopi. Harga juga dapat menjadi faktor penting dalam memilih kopi di kedai pejalan. Konsumen memilih harga yang sesuai dengan kualitas kopi. Lingkungan dan suasana Suasana kedai dan lingkungan di sekitarnya juga dapat mempengaruhi pilihan konsumen. Kedai yang menyediakan lingkungan yang nyaman dan menyenangkan dapat lebih menarik bagi konsumen. Branding dan reputasi Kedai kopi yang sudah dikenal dengan baik atau memiliki reputasi yang baik lebih disukai oleh konsumen. Prefensi pribadi, Prefensi pribadi seperti rasa, aroma, dan gaya kopi yang disukai oleh konsumen juga dapat menjadi faktor penting dalam keputusan konsumen dalam memilih kopi gresik dikedai pejalan. Kopi gresik di jember khususya hanya ada di kedai pejalan jadi ketika seorang konsumen ingin memilih kopi gresik mereka akan menuju kedai pejalan.

2. Faktor penghambat dan pendukung konsumen dalam mimilih kopi gresik di kedai pejalan ?

Berdasarkan hasil temuan mengenai faktor penghambat dan

pendukung dalam memilih kopi gresik di kedai pejalan tentu saja kualitas kopi gresik dapat mendukung pelanggan di kedai kopi. Kualitas kopi yang baik dapat memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan, sementara kopi yang kurang berkualitas dapat menyebabkan pengalaman yang buruk dan menurunkan kepuasan pelanggan

a. Faktor penghambat

Harga kopi gresik di kedai pejalan menjadi faktor penghambat bagi konsumen, terutama jika harganya dianggap terlalu tinggi dibandingkan dengan produk kopi lain yang tersedia di pasaran. Seperti yang sudah di jelaskan dalam wawancara sub bab sebelumnya oleh pemilik kedai pejalan dan manager kedai pejalan salah satunya faktor yang menjadi penghambat konsumen dalam memilih kopi gresik yaitu faktor harga yang sedikit lebih mahal dari kopi lainnya yang ada di kedai pejalan.

Citra merek kopi gresik di kedai pejalan memiliki citra yang kurang menarik atau tidak dikenal oleh konsumen, hal ini dapat menjadi faktor penghambat konsumen dalam memilih kopi gresik, kopi yang tidak di tawarkan oleh karyawan kedai pejalan maka seorang konsumen tidak akan mengerti citra merek dari kopi gresik itu sendiri maka dari itu karyawan dari kedai pejalan harus bisa merekomendasikan salah satu yang menonjol dari kedai tersebut untuk bisa lebih di kenal oleh konsumen.

Ketersediaan barang kopi gresik di kedai pejalan juga dapat menjadi faktor penghambat, jika produk kopi gresik sulit ditemukan atau tidak tersedia secara konsisten di kedai pejalan, konsumen mungkin akan memilih kopi lain yang lebih mudah di temukan. Maka dari itu kedai pejalan harus benar benar mempertimbangkan ketersediaan barang kopi gresik agar penikmat kopi gresik itu tidak memilih kopi lain yang akan menyebabkan konsumen bisa memilih kedai lain.

Dalam hal ini yang tidak di perhatikan oleh kedai pejalan dalam menganalisa kedai pejalan adalah faktor dalam hal tempat parkir tidak luas maka dalam segi konsumen apabila melihat parkiran yang ada di kedai pejalan itu sudah penuh maka konsumen akan memilih kedai lain.

Karyawan di bagian barista, karna di bagian barista sendiri sering keluar masuknya seorang karyawan itu juga hal yang menyebabkan penghambatan dalam memilih sebuah kopi gresik di kedai pejalan, dan itu juga tidak dapat dipungkiri lagi oleh seorang pemilik kedai, karena dalam merekrut karyawan barista kadang yang melamar jadi barista itu pengetahuan tidak ada sama sekali atau 0 (tidak tahu sama sekali tentang kopi), setelah itu kita training sampai bisa dan jangka beberapa bulan karyawan tersebut keluar dan dengan berbagai alasan yang kita juga tidak bisa melarangnya, pihak pemilik pun menyadarinya bahwa dalam segi barista itu sangat resiko dan

pemilik kedai pun membutuhkan jasa yang sangat resiko itu dan resiko itu tidak dapat kita atasi tetapi pemilik kedai harus bisa meminimalisir resiko tersebut

b. Faktor pendukung.

Faktor pendukung konsumen dalam memilih kopi gresik. Kualitas kopi gresik di kedai pejalan memiliki kualitas rasa yang baik dan sesuai dengan prefensi konsumen, hal ini dapat menjadi faktor pendukung dalam milih produk kopi gresik di kedai pejalan. Produk kopi gresik yang memiliki asal produk yang jelas dan dikenal sebagai kopi khas dari daerah gresik, dapat menjadu faktor pendukung bagi konsumen yang tertarik untuk mencoba kopi gresik di kedai pejalan. Testimoni dari konsumen lain tentang kualitas kopi gresik di kedai pejalan dapt menjadi faktor pendukung bagi konsumen yang ingin mencoba kopi gresik.

Pelayanan dan pengalaman konsumen, pelayan yang ramah dan pengalaman konsumen yang positif di kedai pejalan dapat menjadi faktor pendukung bagi konsumen dalam memilih kopi gresik, karena mereka dapat merasa nyaman dan senang saat menikmati kopi gresik di kedai pejalan. Berbagai macam produk, kedai pejalan menawarkan beragam varian produk kopi, seperti kopi hitam, kopi susu, atau dengan berbagai campuran rasa, hal ini dapat menjadi faktor pendukung dalam memilih kopi gresik di kedai pejalan

Beberapa faktor penghambat dan pendukung konsumen dalam

memilih kopi gresik di kedai pejalan. Konsumen akan mempertimbangkan faktor faktor ini secara bersamaan sebelum membuat keputusan membeli kopi gresik di kedai pejalan.

Beberapa faktor penghambat dan pendukung antara lain jenis biji kopi, metode pengolahan, penggilingan biji kopi, penyimpana, dan cara penyeduhan. Jika kedai kopi dapat menyajikan kopi gresik yang berkualitas dengan teknik penyeduhan yang baik, maka pelanggan kemungkinan besar akan merasa puas dengan pengalaman mereka di kedai kopi pejalan. Namun kepuasan di kedai kopi juga dipengaruhi oleh faktor faktor lain seperti suasana dan pelayanan di kedai pejalan, oleh karena itu, kedai pejalan juga harus memperhatikan faktor faktor ini untuk memastikan pelanggan merasa nyaman dan senang ketika mengunjungi kedai pejalan..

Kualitas kopi gresik dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di kedai pejalan. Konsumen yang menyukai kopi biasanya mencari kualitas kopi yang baik dan rasanya nyaman di lidah dan enak. Jika kualitas kopi yang digunakan di kedai pejalan baik, maka kemungkinan besar pelanggan akan merasa puas dan kembali lagi di kedai tersebut selain itu, pelayanan yang ramah dan konsisten juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan di kedai pejalan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian, sebagai berikut

1. Faktor faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih kopi gresik di kedai pejalan
 - a. Jenis kopi: Konsumen memiliki preferensi terhadap jenis kopi tertentu
 - b. Kualitas kopi: Konsumen memilih kopi yang berdasarkan kualitas kopi, seperti tingkat keasaman, aroma, rasa, dan kehalusan biji kopi.
 - c. Harga: Konsumen mempertimbangkan harga kopi, terutama jika mereka memiliki anggaran yang terbatas atau kopi di kedai tersebut lebih mahal dari tempat lain.
 - d. Pelayanan: Konsumen memilih kedai kopi yang memiliki pelayanan yang baik dan ramah, serta tempat yang bersih dan nyaman untuk duduk.
 - e. Lokasi: Konsumen memilih kedai kopi yang terletak di tempat yang mudah dijangkau dan strategis, seperti di dekat tempat kerja, rumah dan tempat bersantai.
 - f. Rekomendasi teman atau keluarga: Konsumen memilih kopi berdasarkan rekomendasi dari teman atau keluarga yang pernah mencoba kopi gresik di kedai pejalan.

- g. Brand kopi: Konsumen memilih kopi dari merek tertentu yang sudah dikenal dan terpercaya oleh mereka.
- h. Kopi gresik dijember hanya ada di kedai pejalan dan satu satunya yang menyediakan kopi gresik ini di kedai pejalan.

konsumen dalam memilih kopi gresik adalah yang pertama kopi gresik di Jember cuman hanya ada di kedai pejalan, karena cita rasanya yang berbeda dengan kopi yang lain dengan varian kombinasi rasa yang sangat nyaman dilidah, aroma yang mempunyai ciri khasnya sendiri dan dengan harga yang sangat terjangkau.

- 2. Faktor penghambat dan pendukung yang di pertimbangkan konsumen dalam memilih kopi gresik di kedai pejalan

- a. Faktor penghambat

- 1) Citra merek kopi gresik di kedai pejalan memiliki citra yang kurang

menarik atau tidak dikenal oleh konsumen, hal ini dapat menjadi

faktor penghambat dalam memilih kopi gresik di kedai pejalan.

- 2) Ketersediaan barang kopi gresik di kedai pejalan juga dapat

menjadi faktor penghambat, jika produk kopi gresik sulit

ditemukan atau tidak tersedia secara konsisten di kedai pejalan,

konsumen mungkin akan memilih kopi lain yang lebih mudah di

temukan.

- b. Faktor pendukung

- 1) Kualitas kopi gresik di kedai pejalan memiliki kualitas rasa yang

baik dan sesuai dengan prefensi konsumen, hal ini dapat menjadi

faktor pendukung dalam milih produk kopi gresik

- 2) Produk kopi gresik yang memiliki asal produk yang jelas dan dikenal sebagai kopi khas dari daerah gresik, dapat menjadu faktor pendukung bagi konsumen yang tertarik untuk mencoba kopi gresik di kedai pejalan.
- 3) Testimoni dari konsumen lain tentang kualitas kopi gresik di kedai pejalan dapt menjadi faktor pendukung bagi konsumen yang ingin mencoba kopi gresik.
- 4) Pelayanan dan pengalaman konsumen, pelayan yang ramah dan pengalaman konsumen yang positif di kedai pejalan dapat menjadi faktor pendukung bagi konsumen dalam memilih kopi gresik, karena mereka dapat merasa nyaman dan senang saat menikmati kopi gresik di kedai pejalan
- 5) Berbagai macam produk, kedai pejalan menawarkan beragam varian produk kopi, seperti kopi hitam, kopi susu, atau dengan berbagai campuran rasa, hal ini dapat menjadi faktor pendukung dalam memilih kopi gresik di kedai pejalan

Beberapa faktor penghambat dan pendukung oleh konsumen dalam memilih kopi gresik di kedai pejalan. Kosnumen akan mempertimbangkan faktor faktor ini secara bersamaan sebelum membuat keputusan membeli kopi gresik di kedai pejalan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti dapat memberikan saran terhadap apa yang menjadi permasalahan dalam skripsi ini

1. Penulis menyarankan kepada pemilik kedai pejalan untuk mempertahankan dan di tingkatkan atribut-atribut yang sudah baik kinerjanya yaitu cita rasa, aroma, fasilitas, perbandingan harga, kecepatan penyajian, dan kecepatan transaksi.
2. Penulis menyarankan kepada pemerintah untuk mendukung perkembangan usaha kedai kopi yang ada di Kota Jember, seperti meberikan pelatihan dan lain lain.
3. Bagi peneliti selanjutnya yaitu saya menyarankan untuk meneliti tentang bagaimana manajemen yang ada di kedai pejalan Kecamatan

Sukorambi Kabupaten Jember Jawa timur

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR PUSTAKA

- A.Abdurahman. (1986). Kamus Ekonomi Perdagangan Indonesia. Jakarta. :Gramedia
- Afriyanti, Sintia,; Rasmikayati, Elly. (2018) *Studi Strategi Pemasaran Terbaik Berdasarkan Perilaku Konsumen Dalam Menghadapi Persaingan Antar Kedai Kopi Di Jatinangor*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH.
- Alifachda, Alya. (2021). *Analisi Pesaingan Usaha Antar Warung Kopi Tradisional Dengan Warung Kopi Modern Di Kecamatan Wenang Kota Manado*, Skripsi : IAIN Manado
- Amalia, Asri. (2020). *Analisis Persaingan Warung Kopi Di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo Dalam Perspektif Monopolistik*, Skripsi: UIN Surabaya.
- Arti Kata Warung Kopi Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online
- Bungin, Burhan. (2007). Penelitian Kualitatif. Jakarta : Predana Media Grup.
- Djamil, M.(2015). *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Mitra Pustaka.
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Konsumen> diakses pada tanggal 9 Juni 2022
- <https://rimbakita.com/kopi-robusta/> diakses pada tanggal 9 Juni 2022
- https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/30/110000669/4-faktor-utama-yang-mempengaruhi-perilaku-konsumen?page=all#google_vignette diakses pada tanggal 13 Juni 2022 jam 20.50
- Ibid.
- Ikhwan, R. (2018). *Analisis Perancangan Strategi Dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy Untuk Meningkatkan Penjualan Dalam Persaingan Bisnis (Studi Kasus Di Kedai Kopi Nongkring)*, Tugas Akhir: UII Yogyakarta.
- Luhur, Ari ,S. (2010). *Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Minuman Energi*. (Studi kasus pada Extra Joss di PT Toedjoe Cabang Semarang), Skripsi: Universitas Diponegoro Semarang.
- Marista, Dina. (2018). *Analisis Persaingan Usaha Di Pasar Kenali Kecamatan Berlalui Kabupaten Lampung Barat Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam.
- Nasution. Az. (1995). Konsumen dan Hukum. Jakarta. :Pustaka Sinar Harapan

Nugroho.J.Setia. S.E.,M.M. Perilaku Konsumen Perspektif Konteporer pada Motif Tujuan dan Keinginan Konsumen

Rendia, Muhammad, D (2010). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.

Saputra, R. (2019). *Persaingan U7saha Antar Indomaret Dengan Minimarket 212 dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*, Skripsi: IAIN Bengkulu.

Sember Data dari Barista Kedai Pejalan.

Silalahi, Ulber. (2012). Metode Penelitian Sosial. Bandung.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suharto, Babun. (2017). Pedoman Penulisan Karya Ilmiah. Jember : IAIN Jember Press

Sumber Data dari Konsumen Kedai Pejalan.

Sumber Data dari Manajer Kedai Pejalan.

Sumber Data dari Pemilik Kedai Pejalan 2022.

Tim Penyusun.(2017). *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.

Undang undang pasal 1 angka 1 UUPK Nomer 8 Tahun 1999

Undang-Undang perlindungan konsumen pasal 3

Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Pasal 1 angka 2

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Pasal 5 UUPK Nomor 8 Tahun 1999.

Utami, S. (2015). *Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusn Pembelian Mobil Pribadi Di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo*, Jurnal Paradigma.

Wijaya, Dimas Putu (2012). *Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Produk Handpone Produk China*, Skripsi: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Peneleitian
Analisi Faktor Faktor yang di Pertimbangkan Konsumen dalam Memilih Kopi Gresik di Kedai Pejalan Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember	A. Konsumen	1. Pengertian Konsumen 2. Perlindungan Konsumen 3. Asas Perlindungan Konsumen 4. Hak Konsumen 5. Kewajiban Konsumen	Data Primer : Informan dari Konsumen dari kedai kopi pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember Data Sekunder : Buku, Dokumen, Internet, dan Kepustakaan	1. Jenis penelitian dan pendekatan: a. Penelitian kualitatif deskriptif b. Jenis pendekatan deskriptif c. Jenis Penelitian deskriptif 2. Metode pengumpulan data: a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 3. Teknik penentu informan: Purposive Sampling 4. Analisis data: a. Reduksi data b. Penyajian data c. Penarikan Kesimpulan 5. Teknik Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan Triangulasi Teknik	1. Faktor faktor apa saja yang di pertimbangkan konsumen dalam memilih kopi gresik di kedai pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember ? 2. Apa saja faktor faktor penghambat dan pendukung yang di pertimbangkan konsumen dalam memilih kopi gresik di kedai pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember ?
	B. Faktor Perilaku Konsumen	1. Faktor Kebudayaan 2. Faktor Sosial 3. Faktor Pribadi 4. Faktor Psikologis			
	C. Kopi gresik	1. Ciri khas kopi gresik 2. Satu satunya di Jember			

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M.Rahmatullah

NIM : E20182112

Prodi/Jurusan : Ekonomi Syariah/Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Alamat : Jln. Gajah Mada XIV Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Analisis Faktor Faktor yang di Pertimbangkan Konsumen dalam Memilih Kopi Gresik di Kedai Pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember**". Benar-benar hasil karya tulis saya kecuali kutipan-kutipan yang disebut sumbernya. Apabila ada kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya akan jadi tanggung jawab saya.

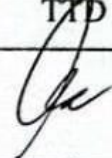

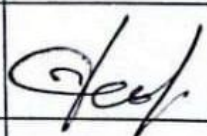
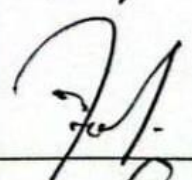

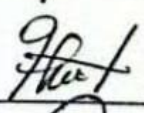

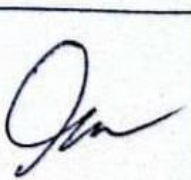
Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.


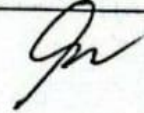
Jember, 26 Mei 2023



JURNAL PENELITIAN

Nama : M.Rahmatullah
Nim : E20182112
Judul : Analisis Faktor Faktor yang di Pertimbangkan Konsumen Dalam Mmilih Kopi Gresik di Kedai Pejalan Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember
Lokasi : outlet No 2 (Rest Area, Jl. Brawijaya, Krajan, Jubung, Kec. Sukorambi, Kabupaten Jember Jawa Timur kode pos 68151)

No	Hari/Tanggal	Jenis Kegiatan	TTD
1	29 Desember 2022	Menyahkan surat izin penelitian kepada pemilik kedai pejalan	
2	29 Desember 2022	Obeservasi awal sekaligus wawancara kepada pemilik usaha warung kopi kedai pejalan mas ihdan nizar	
3	30 Desember 2022	Wawancara kepada manager kedai pejalan mas faiz	
4	3 Januari 2023	Wawancara kepada barista kedai pejalan mas taka, mas nada dan mas ikhsan	
5	3 Januari 2023	Wawancara kepada konsumen kopi gresik yang ada di kedai pejalan	
6	4 Januari 2023	Wawancara kepada konsumen kopi gresik yang ada di kedai pejalan	
7	5 Januari 2023	Mengumpul data wawancara pertama terhadap pemilik kedai pejalan dan konsumen kopi gresik kedai pejalan	
8	7 Januari 2023	Wawancara kepda pemilik kedai pejalan mengenai faktor yang di pertimbangkan konsumen dalam memilih kopi gresik di kedai pejalan	

9	8 Januari 2023	Wawancara kepada pemilik kedai pejalan mengenai fakto penghambat dan pendukung kopi gresik terhadap konsumen	
10	17 Januari 2023	Mengambil surat selesai penelitian di kedai pejalan	

Jember, 17 Januari 2023
Mengetahui



Pemilik Kedai Kopi
Kedai Pejalan

LAMPIRAN

PEDOMAN PENELITIAN

A. PEMILIK KEDAI PEJALAN

1. Sebutkan visi dan misi kedai pejalan ?
2. Sebutkan motto kedai pejalan ?
3. Kapan berdirinya kedai pejalan ?
4. Apa yang membuat kedai pejalan sampai saat ini ?

B. MANAGER KEDAI PEJALAN

1. Apa tugas dari manager kedai pejalan ?
2. Apakah kopi gresik ini mempunyai peminatnya sendiri ?
3. Apa yang membuat kopi gresik ini banyak peminatnya ?
4. Bagaimana pendapat anda tentang kopi gresik di kedai pejalan ?
5. Faktor faktor apa yang membuat konsumen memilih kopi gresik di kedai pejalan ?
6. Apa faktor penghambat dan pendukung konsumen dalam memilih kopi gresik di kedai pejalan ?

C. BARISTA KEDAI PEJALAN

1. Apa tugas dari barista kedai pejalan ?
2. Bagaimana pendapat anda tentang kopi gresik di kedai pejalan ?
3. Faktor faktor apa yang membuat konsumen memilih kopi gresik di kedai pejalan ?
4. Apa faktor penghambat dan pendukung konsumen dalam memilih kopi gresik di kedai pejalan ?

D. KONSUMEN KOPI GRESIK DI KEDAI PEJALAN

1. Bagaimana pendapat anda tentang kopi gresik di kedai pejalan ?
2. Bagaimana harga dari kopi gresik itu sendiri di kedai pejalan ?
3. Apa yang membuat anda memilih kopi gresik ?
4. Bagaimana kualitas kopi gresik di kedai pejalan ?



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DOKUMENTASI



wawancara dengan pemilik kedai pejalan dan barista kedai pejalan



Wawancara dengan konsumen kopi gresik di kedai pejalan



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Wawancara dengan konsumen kopi gresik





Suasana kedai pejalan



Kopi Gresik

BIODATA PENULIS



1. Identitas Diri

Nama : M.Rahmatullah
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 08 Februari 2000
Jenis Kelamin : Laki Laki
Agama : Islam
Alamat : Jalan Gajah Mada Gang XIV Kecamatan
Kaliwates Kabupaten Jember
No Telp/Hp :081332131434
Email :masrahmat08022000@gmail.com

2. Riwayat Hidup

- a. TK Nailum Maram (2006)
- b. SD Mima Condro (2012)
- c. SMP MTsN 1 Jember (2015)
- d. SMA Man 1 Jember (2018)
- e. UIN Kiayi Haji Achmad Siddiq Jember (2023)