

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kopi tengah mengalami pertumbuhan yang signifikan pada masa sekarang dan menjadi peluang usaha yang menjanjikan. Kopi tidak lagi sekedar dikonsumsi untuk mengusir kantuk, melainkan telah bertransformasi menjadi bagian dari gaya hidup para penikmatnya. Kehadiran kopi kini sangat mudah dijumpai di berbagai tempat. Di salah satu kawasan di DKI Jakarta dengan jarak kurang dari lima kilometer, dapat ditemukan empat hingga lima penjual kopi keliling atau yang dikenal dengan istilah *mobile coffee*.

Konsep strategi pemasaran dengan konsep kekinian yang disebut dengan *mobile coffee* itu adalah hal baru untuk penjualan kopi dengan cara yang lebih fleksibel dan menjangkau pelanggan langsung di berbagai lokasi. *Mobile coffee* memanfaatkan kendaraan seperti sepeda atau motor yang dimodifikasi untuk menyediakan fasilitas barista lengkap, memungkinkan penjualan kopi di tempat-tempat strategis seperti acara, taman, area perkantoran, hingga tempat wisata.

Strategi ini sangat relevan dengan gaya hidup masyarakat modern yang mengutamakan kepraktisan dan mobilitas. Selain itu, konsep ini juga memungkinkan pelaku usaha untuk menekan biaya sewa tempat dan memanfaatkan fleksibilitas untuk berpindah ke lokasi yang lebih ramai sesuai dengan kebutuhan pasar.

Di Jakarta, salah satu pelopor *mobile coffee* yang cukup dikenal adalah Coffe Jago. Sebagai inovator dalam industri ini, Coffe Jago menghadirkan konsep unik dengan menggunakan motor listrik yang telah dimodifikasi untuk menjual kopi di berbagai lokasi strategis. Dengan desain yang praktis dan ramah lingkungan, Kopi Jago menjadi solusi bagi kebutuhan kopi masyarakat urban yang mengutamakan kecepatan, fleksibilitas, dan kenyamanan.

Sebagai pelopor konsep ini, Coffee Jago membuka mata banyak pelaku bisnis lain akan potensi besar dari konsep *mobile coffee*. Tidak hanya menciptakan pengalaman baru bagi konsumen, Kopi Jago juga berhasil mendobrak hambatan yang biasanya dihadapi bisnis kopi konvensional, seperti biaya operasional tinggi dan ketergantungan pada lokasi tetap. Keberhasilan mereka kini menginspirasi banyak

usaha sejenis di Jakarta bahkan di Indonesia.

Tabel 1. 1 Daftar Mobile Coffee Pertama di Jakarta

No.	Nama Mobile Coffee	Didirikan Pada
1.	Jago Coffee	2020
2.	Kopi Rindumu	2023
3.	Kopi Sejuta Jiwa	2023

(Sumber: <https://javatekno.co.id>)

Diakses pada : 26 Januari 2025

Adapun kisaran harga yang ditawarkan oleh masing-masing merek tersebut sebagai berikut :

Tabel 1. 2 Harga Jual Produk

No.	Nama Brand	Harga (Rp)
1.	Janji Jiwa	8.000 – 10.000
2.	Jago Coffee	8.000 – 12.000
3.	Kopi Rindumu	8.000 – 15.000

Sumber: www.katadata.co.id

Diakses pada : 26 Januari 2025

Coffee Jago menawarkan produk utamanya berupa kopi dan juga minuman non kopi. Pada tabel 1.2 terlihat bahwa Kopi Jago memiliki rentang harga diantar dua pesaingnya. Selain harga bauran pemasaran lain yang menjadi perhatian adalah produk dalam hal ini kualitas produk kopi. Hasil wawancara sebelumnya melalui pra survei dengan beberapa pelanggan Jago Coffee menunjukkan beberapa permasalahan, seperti kopi yang tidak tahan lama tanpa kondisi dingin dan rasa yang kurang konsisten pada jenis tertentu. Kemudahan didalam mendapatkan minuman kopi Jago juga menjadi perhatian konsumen.

Dalam persaingan industri *mobile coffee*, distribusi memegang peranan penting karena menentukan kemudahan konsumen dalam menemukan dan membeli produk. Aksesibilitas yang tinggi melalui penyebaran armada secara merata dapat menjadi faktor penentu kepuasan konsumen. Berikut jumlah armada *mobile coffee* yang tersebar di DKI Jakarta :

Tabel 1. 3 Jumlah Unit Armada Mobile Coffe

No.	Nama Brand	Jumlah Armada
1.	Janji Jiwa	52 unit
2.	Jago Coffee	300 unit
3.	Kopi Rindumu	40 unit

Sumber: : <https://javatekno.co.id>

Diakses pada : 22 Agustus 2025

Dari beberapa brand, Kopi Jago menonjol dengan jumlah armada terbesar yaitu 300 unit, jauh melampaui Janji Jiwa (52 unit) dan Kopi Rindumu (40 unit). Jumlah armada yang besar memberi Kopi Jago keunggulan dalam memperluas jangkauan distribusi, meningkatkan aksesibilitas, serta memperkuat posisinya di pasar kopi modern.

Oleh karna itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara keseluruhan pengaruh, harga, kualitas produk, dan distribusi terhadap kepuasan konsumen coffe jago.

1.2 Rumusan Masalah

Penjelasan diatas menunjukkan gambaran bahwa kepuasan konsumen di dalam suatu perusahaan dapat di pengaruhi oleh beberapa variabel antara lain harga, kualitas produk dan distribusi sehingga dalam penelitian ini merumuskan masalah yang akan di bahas :

1. Apakah harga memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Coffee Jago?
2. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Coffee Jago?
3. Apakah Distribusi memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Coffee Jago?

1.3 Tujuan Penelitian

Merujuk pada perumusan sebelumnya, bertujuan untuk :

1. Mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Coffee Jago
2. Mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Coffee Jago
3. Mengetahui pengaruh Distribusi terhadap Kepuasan Konsumen pada Coffee Jago

1.4 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini meliputi :

1. Bagi penulis

Penulisan ini bermanfaat bagi penulis dalam memperluas wawasan serta menambah pengalaman dalam melaksanakan penelitian yang berhubungan dengan bidang manajemen pemasaran.

2. Bagi perusahaan

Dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan harga, kualitas produk dan distribusi guna meningkatkan kepuasan konsumen dibandingkan kondisi sebelumnya.

