

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era digital yang semakin maju, teknologi *blockchain* telah muncul sebagai inovasi yang potensial untuk mengubah berbagai sektor industri, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Blockchain*, dengan kemampuannya untuk memberikan transparansi, keamanan, dan efisiensi, memiliki potensi besar untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi UMKM, seperti keterbatasan sumber daya, masalah keamanan data, dan kebutuhan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan. Di sisi lain, manajemen rantai nilai (*value chain*) merupakan pendekatan strategis yang dapat meningkatkan efisiensi operasional dan menambah nilai bagi pelanggan.

UMKM Kopi Ketje Bandar Lampung merupakan salah satu contoh UMKM yang memiliki potensi besar untuk memanfaatkan teknologi modern dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnisnya. Sebagai UMKM yang bergerak di bidang produksi dan distribusi kopi, Kopi Ketje menghadapi tantangan dalam memastikan kualitas produk, efisiensi operasional, dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana penerapan *blockchain* dan *value chain* dapat membantu mengatasi tantangan tersebut dan memberikan manfaat yang signifikan bagi Kopi Ketje.

Kopi Ketje merupakan kedai kopi dengan brand lokal yang mengedepankan produk lokal, dan semua biji kopi yang digunakan dalam proses minuman kopi berasal dari dalam negeri. Kopi Ketje hadir dengan konsep yang ketje atau keren untuk menjangkau semua usia khususnya anak-anak muda agar mencintai kopi dan membiasakan budaya ngopi. Kopi Ketje didirikan pada tanggal 14 Agustus 2016 yang merupakan Brand dan anak usaha dari El's *Coffee Group*. Sebagai usaha yang lahir dan tumbuh di kota Bandar Lampung, Kopi Ketje ingin memberikan pelayanan dan produk yang baik sesuai yang dibutuhkan konsumen.

Saat ini Kopi Ketje memiliki cabang sebanyak 19 cabang yang tersebar di Kota Bandar Lampung dan Kota Palembang. Lokasi cabang yang sangat beragam mulai dari pusat perbelanjaan, toko atau kios, perumahan, bandara udara, dan bahkan di rumah sakit. Berdasarkan skala pasar yang ingin diraih menandakan ada upaya serius dari Kopi Ketje ingin melakukan penetrasi dan memperkuat pasar lokal dan fokus pada segmen pasar anak-anak muda sehingga tertarik untuk membeli produk Kopi Ketje.

Tabel 1. 1 Daftar Cabang Kopi Ketje di Kota Bandar Lampung dan Palembang

No	Nama Cabang	Alamat
1	Kopi Ketje - Universitas Lampung	Foudcourt UNILA, Jl. Prof. Dr. Ir. Sumantri Brojonegoro, Gedong Meneng, Rajabasa, Bandar Lampung City, Lampung 35141
2	Kopi Ketje - RS. Abdoel Moeloek	Jl. Dr. Rivai No.6, Penengahan, Kec. Tj. Karang Pusat, Kota Bandar Lampung, Lampung 35112
3	Kopi Ketje - Mall Boemi Kedaton	Jl. Teuku Umar No.1, Labuhan Ratu, Kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung, Lampung 35132
4	Kopi Ketje - Mall Kartini	Lobby Mall Kartini, Jl. Kartini No.79, Palapa, Kec. Tj. Karang Pusat, Kota Bandar Lampung, Lampung 35116
5	Kopi Ketje - Citraland Palembang	G-Walk Citraland Palembang

No	Nama Cabang	Alamat
6	Kopi Ketje - Chandra Teluk	Chandra Superstore, Jl. Ikan Bawal No.29, Pesawahan, Telukbetung Selatan, 35221
7	Kopi Ketje - Deer Pine	Jl. Diponegoro No.109, Sumur Batu, Teluk Betung Utara, Bandar Lampung City, Lampung 35212
8	Kopi Ketje - Kedaton	Jl. ZA. Pagar Alam, Labuhan Ratu, Kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung, Lampung 35132
9	Kopi Ketje - Rooftop	Jl. Diponegoro No.78, Gulak Galik, Kec. Tlk. Betung Utara, Kota Bandar Lampung, Lampung 35118
10	Kopi Ketje - Rs. Imanuel Lampung	Jl. Soekarno Hatta No.1, Way Dadi, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35133
11	Kopi Ketje - Bandara Raden Inten II	Bandar udara raden inten 2, Brantiraya, Kec. Natar, Kabupaten Lampung Selatan
12	Kopi Ketje - Panjang	Jl. Yos Sudarso No.255, Panjang Utara, Kec. Panjang, Kota Bandar Lampung
13	Kopi Ketje - Pramuka	Jl. Pramuka No.16, Sumber Rejo, Kec. Kemiling, Kota Bandar Lampung, Lampung
14	Kopi Ketje - Kemiling	Jl. Teuku Cik Ditiro No.58, Sumber Rejo, Kec. Kemiling, Kota Bandar Lampung, Lampung
15	Kopi Ketje - Panglima Polim	Jl. Panglima Polim No.29a, Segala Mider, Kec. Tj. Karang Bar., Kota Bandar Lampung, Lampung 35152
16	Kopi Ketje - Korpri	Jl. Ryacudu No.No, Harapan Jaya, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
17	Kopi Ketje - Antasari	Jl. P. Antasari No.82E, Kedamaian, Kec. Sukabumi, Kota Bandar Lampung, Lampung 35122
18	Kopi Ketje - Gedong Tataan	Depan SMP Negeri 1 Gedong Tataan, Jl. Ahmad Yani, Sukaraja, Gedong Tataan, Pesawaran Regency, Lampung
19	Kopi Ketje - Metro	Yosorejo, Kec. Metro Tim., Kota Metro, Lampung 34124

Sumber : Karyawan Kopi Ketje, (2024)

Alur produksi Kopi Ketje dimulai dari bagian penjualan menghitung persediaan yang telah menipis, baik dari persediaan bahan baku maupun dari berbagai peralatan penjualan. Tidak ada batas minimal atau maksimum untuk pemesanan persediaan, hanya saja perlu di kontrol agar tidak terjadi pemesanan yang berlebihan. Kemudian bagian penjualan menghubungi gudang pusat yaitu El's

Coffee untuk penyetokan persediaan bahan baku dan menghubungi gudang Kopi Ketje untuk persediaan peralatan yang dipesan dari supplier.

Blockchain adalah teknologi yang awalnya dikenal melalui *cryptocurrency* seperti Bitcoin, tetapi kini telah berkembang menjadi solusi yang lebih luas dengan aplikasi yang mencakup berbagai sektor. Teknologi ini bekerja berdasarkan prinsip *ledger* terdistribusi yang memungkinkan setiap transaksi dicatat secara transparan dan tidak dapat diubah. Keunggulan utama dari *blockchain* meliputi transparansi, keamanan data, dan kemampuan untuk mengotomatisasi proses melalui kontrak pintar (*smart contracts*). Teknologi *blockchain* menunjukkan bahwa memiliki kapasitas untuk memungkinkan transparansi dan membangun kepercayaan Kshetri (2021). Kemampuannya untuk memberikan keamanan, transparansi, dan keandalan dalam transaksi dan pertukaran data telah membuat *blockchain* menarik perhatian banyak pelaku bisnis. Namun menurut Xia dkk. (2023) aplikasi *blockchain* yang tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan kolaborasi memiliki prospek aplikasi tertentu dan membutuhkan lebih banyak perhatian

Dalam konteks UMKM, *blockchain* dapat diterapkan untuk meningkatkan transparansi rantai pasokan, memastikan keaslian produk, dan melindungi data pelanggan. Dengan demikian, *blockchain* dapat membantu UMKM membangun kepercayaan dengan pelanggan, mengurangi risiko penipuan, dan meningkatkan efisiensi operasional. Penggunaan *blockchain* telah membuka peluang baru bagi UMKM dalam mengoptimalkan proses bisnis, meningkatkan keamanan, serta memberikan kepercayaan kepada pelanggan. *Blockchain* telah menerima perhatian yang semakin besar selama beberapa tahun terakhir, karena dianggap menjadi

teknologi disruptif yang akan mengubah bisnis dan organisasi di berbagai industri dan sektor terutama UMKM, CBS Insights (2022) dan bersama dengan teknologi lain seperti kecerdasan buatan (AI), dan *machine learning* J. Lee dkk., (2019). Perkembangan teknologi informasi, terutama teknologi blockchain, telah memberikan dampak signifikan pada berbagai industri.

Konsep *value chain* diperkenalkan oleh Michael Porter sebagai alat untuk menganalisis aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan. *Value chain* mencakup berbagai aktivitas mulai dari pengadaan bahan baku hingga layanan purna jual. Dengan mengelola *value chain* secara efektif, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya, dan meningkatkan nilai yang dirasakan oleh pelanggan. Menurut Indrajit (2021) pengembangan kerangka *value chain* yang di kemudian hari menjadi *supply chain* ini secara prinsip membagi aktivitas-aktivitas yang ada di dalam perusahaan menjadi proses utama dan proses pendukung. Proses utama dianggap sebagai urutan aktivitas-aktivitas yang memiliki nilai tambah (*value added*) sementara proses pendukung diperlukan untuk membantu proses-proses utama yang ada. Keberadaan teknologi secara alami dapat berada di kedua domain tersebut, tergantung dari tingkat kebutuhan dan utilitasnya.

Untuk UMKM seperti Kopi Ketje, manajemen *value chain* yang efektif dapat berarti peningkatan dalam proses produksi, pengadaan bahan baku yang lebih efisien, serta distribusi yang lebih cepat dan andal. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dalam kegiatan produksi kopi berasal dari El's *Coffee* dan

dilakukan secara langsung oleh bagian produksi yang ada di El's *Coffee* dimana supply biji kopi berasal langsung dari petani kopi yang berkualitas. Menurut Azahra & Siahaan (2021) alur produksi untuk mengolah biji kopi pada El's *Coffee* ada 6 tahap dimulai dari sortasi biji kopi, *roasting*, pendinginan, perbandingan, penggilingan, dan pengemasan biji kopi ke berbagai ukuran. Namun menurut Yunita (2021) untuk produk kopi di Indonesia masih mendasarkan produknya sebagai produk *buyer-driven*, karena struktur tata kelola *value chains* pada produk kopi di Indonesia pengelolaannya masih menitikberatkan pada padatnya tenaga kerja bukan pada penggunaan teknologi.

Customer value merujuk pada persepsi pelanggan tentang manfaat yang mereka terima dari produk atau layanan dibandingkan dengan biaya yang mereka keluarkan. Semakin tinggi nilai yang dirasakan oleh pelanggan, semakin besar kemungkinan mereka akan tetap setia pada perusahaan. Di sisi lain, *Customer Loyalty* merujuk pada kecenderungan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain.

Penelitian Rejeki & Ria Atmaja (2022) menyatakan bahwa pelanggan akan memiliki loyalitas yang tinggi jika produk yang dijual memiliki kualitas yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara *customer value* dan *customer loyalty*. Dengan meningkatkan nilai yang dirasakan oleh pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada profitabilitas dan pertumbuhan bisnis. Menurut Nuraini, (2022) program untuk meningkatkan loyalitas pelanggan sudah terbukti 62 %

pelanggan yang berpartisipasi dalam program loyalitas lebih cenderung berbelanja banyak pada Perusahaan multinasional dan memiliki *brand* terkenal.

Penelitian ini berfokus untuk menganalisis dampak potensi penggunaan teknologi *blockchain* dan *value chain* untuk meningkatkan loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) di UMKM Kopi Ketje Bandar Lampung. Selain itu penelitian ini akan mengeksplorasi peran nilai pelanggan (*customer value*) sebagai variabel intervening untuk memediasi hubungan antara potensi teknologi blockchain dan penerapan value chain dengan loyalitas pelanggan, sehingga peran customer value menjadi relevan untuk diteliti. Penelitian potensi penggunaan *Blockchain* pada UMKM Kopi Ketje diharapkan ada transparansi dan kemudahan bagi konsumen dalam menikmati layanan bisnis sehingga bisa menaikkan value atau nilai atas layanan produk atau jasa sehingga konsumen merasa puas dan menciptakan loyalitas pelanggan. Hasil dari penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami bagaimana penggunaan teknologi *blockchain* dan penerapan *value chain* dapat mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan pada UMKM di Kota Bandar Lampung. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan panduan dan rekomendasi bagi UMKM dalam mengembangkan strategi yang lebih baik untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan melalui penggunaan teknologi dan penerapan konsep manajemen yang tepat.

Tujuan penelitian ini untuk menemukan strategi yang mampu meningkatkan loyalitas pelanggan melalui pendekatan berbasis teknologi dan manajemen. Salah satu teknologi yang memiliki potensi signifikan adalah blockchain, yang

menawarkan transparansi, keamanan, dan efisiensi dalam pengelolaan data serta hubungan pelanggan. Di sisi lain, penerapan konsep value chain menjadi penting untuk meningkatkan efisiensi dan nilai dari seluruh proses bisnis, mulai dari pengadaan bahan baku hingga layanan purna jual.

Dasar konseptual dari penelitian ini bertumpu pada integrasi antara inovasi teknologi dan pendekatan manajerial dalam operasional bisnis, yang secara teoritis diyakini memiliki implikasi signifikan terhadap dinamika perilaku konsumen. Secara teoritis, blockchain dapat meningkatkan kepercayaan dan transparansi dalam hubungan bisnis, sedangkan value chain mendorong efisiensi yang menciptakan nilai tambah. Kedua faktor tersebut memiliki potensi besar dalam meningkatkan customer value, yaitu persepsi pelanggan atas manfaat dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Customer value yang tinggi kemudian akan berdampak positif terhadap customer loyalty, yang ditunjukkan melalui pembelian ulang, rekomendasi, dan komitmen jangka panjang.

Namun, hingga saat ini, riset yang mengkaji pengaruh sinergis antara blockchain dan value chain terhadap customer loyalty, dengan customer value sebagai variabel mediasi, masih sangat terbatas, khususnya pada konteks UMKM di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya relevan secara teoritis, tetapi juga mendesak secara praktis untuk membantu UMKM seperti Kopi Ketje dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui teknologi dan strategi manajemen yang tepat.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan literatur akademik, serta memberikan panduan strategis bagi

UMKM untuk meningkatkan nilai dan loyalitas pelanggan melalui pemanfaatan teknologi blockchain dan pendekatan value chain yang terstruktur.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat ditentukan rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu;

1. Bagaimana pengaruh *blockchain* terhadap *customer loyalty* pada UMKM Kopi Ketje di Kota Bandar Lampung?
2. Bagaimana pengaruh *value chain* terhadap *customer loyalty* pada UMKM Kopi Ketje di Kota Bandar Lampung?
3. Bagaimana pengaruh *blockchain* terhadap *customer value* pada UMKM Kopi Ketje di Kota Bandar Lampung?
4. Bagaimana pengaruh *value chain* terhadap *customer value* pada UMKM Kopi Ketje di Kota Bandar Lampung?
5. Bagaimana pengaruh *customer value* terhadap *customer loyalty* pada UMKM Kopi Ketje di Kota Bandar Lampung?
6. Bagaimana pengaruh *blockchain* terhadap *customer loyalty* pada UMKM Kopi Ketje di Kota Bandar Lampung dengan memasukkan *customer value* sebagai variabel intervening?
7. Bagaimana pengaruh *value chain* terhadap *customer loyalty* pada UMKM Kopi Ketje di Kota Bandar Lampung dengan memasukkan *customer value* sebagai variabel intervening?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Subjek penelitian ini adalah UMKM Kopi Ketje Cabang Pramuka di Kota Bandar Lampung.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Objek penelitian adalah potensi penggunaan teknologi *blockchain*, penerapan *value chain*, *customer loyalty*, dan *customer value* di UMKM Kopi Ketje.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung, Indonesia.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu penelitian direncanakan berlangsung selama 6 bulan, mulai dari bulan September 2023 hingga Februari 2024.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pokok permasalahan yang telah dibahas sebelumnya maka tujuan penelitian bertujuan untuk melakukan analisis pengaruh penggunaan *blockchain* dan *value chain* terhadap *customer loyalty* melalui *customer value* di Indonesia. Maka berdasarkan hal tersebut tersebut dapat dijabarkan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh *blockchain* terhadap *customer loyalty* pada UMKM Kopi Ketje di Kota Bandar Lampung.
2. Untuk menganalisis pengaruh *value chain* terhadap *customer loyalty* pada UMKM Kopi Ketje di Kota Bandar Lampung.

3. Untuk menganalisis pengaruh *blockchain* terhadap *customer value* pada UMKM Kopi Ketje di Kota Bandar Lampung.
4. Untuk menganalisis pengaruh *value chain* terhadap *customer value* pada UMKM Kopi Ketje di Kota Bandar Lampung.
5. Untuk menganalisis pengaruh *customer value* terhadap *customer loyalty* pada UMKM Kopi Ketje di Kota Bandar Lampung.
6. Untuk menganalisis pengaruh *blockchain* terhadap *customer loyalty* dengan *customer value* sebagai variabel intervening pada UMKM Kopi Ketje di Kota Bandar Lampung.
7. Untuk menganalisis pengaruh *value chain* terhadap *customer loyalty* dengan *customer value* sebagai variabel intervening pada UMKM Kopi Ketje di Kota Bandar Lampung.