

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi robusta (*Coffea canephora*) merupakan salah satu produk agroindustri pangan yang digemari oleh masyarakat. Hal ini disebabkan karena kopi jenis robusta memiliki aroma dan cita rasa khas yang tidak dimiliki oleh bahan minuman lainnya. Keberadaan kopi sudah menjadi salah satu bagian dari kehidupan sehari-hari baik di Indonesia dan mancanegara. Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan tradisional yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Volume ekspor kopi sepuluh tahun terakhir cenderung berfluktuasi, berkisar antara 40,15 persen sampai dengan 12,82 persen. Pada tahun 2011 total volume ekspor 346,49 ribu ton meningkat menjadi 379,35 ribu pada tahun 2020. Total nilai ekspor mengalami penurunan pada tahun 2011 sebesar US\$ 1.036,67 juta menurun menjadi US\$ 821,93 juta (Badan Pusat Statistika, 2020).

Berdasarkan Pusat Data dari Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian tahun 2021 konsumsi kopi Indonesia sepanjang periode 2016-2021 diprediksi tumbuh rata-rata 8,22% per tahun. Pasokan kopi diprediksi mencapai 795 ribu ton dengan konsumsi 370 ribu ton, sehingga terjadi surplus 425 ribu ton. Sekitar 94,5% produksi kopi di Indonesia dipasok dari pengusaha kopi perkebunan rakyat (Kementan, 2021). Peran tersebut antara lain sebagai sumber perolehan devisa, penyedia lapangan kerja, dan sebagai sumber pendapatan bagi

petani pekebun kopi maupun pelaku ekonomi lainnya yang terlibat dalam budidaya, pengolahan, maupun dalam mata rantai pemasaran (Widyotomo, 2012). Indonesia menjadi salah satu negara penghasil kopi di dunia Selama lima tahun terakhir, jumlah produksi kopi di Indonesia yang tertinggi yakni pada 2021. Sementara itu, produksi kopi terendah yakni pada 2017 sebanyak 716,10 ribu ton. Data terakhir provinsi Jawa Tengah tahun 2021 sebesar 49.397 ton (Badan Pusat Statistika, 2021).

Agroindustri kopi memiliki peluang besar untuk berkembang dikarenakan konsumen kopi yang semakin meningkat dan lahan perkebunan di Indonesia yang cocok untuk tanaman kopi. Faktor alam seperti kesuburan tanah dan ketinggian dataran mendukung kualitas biji kopi yang dihasilkan, sehingga tidak dipungkiri memiliki peminat kopi di pasar domestik dan internasional. Permasalahan yang dialami agroindustri kopi saat ini sangat kompleks, antara lain kualitas dan kontinuitas bahan baku kopi yang kurang terjamin, teknik budidaya yang masih sederhana, kurangnya ketersediaan sarana dan prasarana agroindustri, jaringan pemasaran kopi yang belum terkelola dengan baik, dan kualitas SDM yang kurang memadai (Hariyati, 2013).

Kopi Robusta Gunung Kelir (Kopi RGK) diproduksi oleh Kelompok Tani Rahayu IV (KT Rahayu IV). Kelompok ini menjalankan semua aspek dari hulu sampai ke hilir yang bergerak dibidang budidaya, pengolahan kopi bubuk, distribusi pemasaran hingga konsumen akhir. Salah satu rantai distribusi pemasaran adalah melalui kedai yang berada di Dusun Sirap Desa Kelurahan, Kecamatan Jambu. Stategi pemasaran yang tepat dilakukan untuk meningkatkan

pendapatan dan jumlah konsumen melalui usaha kedai kopi, untuk itu faktor pengaruh keputusan pembelian perlu diperhatikan kesalahan dalam perencanaan strategi pemasaran akan berdampak besar pada menurunnya penjualan. Usaha untuk menarik minat konsumen merupakan tantangan bagi kedai kopi ini karena konsumen yang tertarik pada produk tersebut akan datang kembali dan melakukan pembelian ulang sehingga meningkatkan penjualan produk Kopi RGK di Kedai Kopi Wandhe, Dusun Sirap. Produk kopi robusta dengan merek Kopi Gunung Kelir sudah didaftarkan dan mendapatkan sertifikasi HAKI sesuai yang diatur dalam UU No. 20 Tahun 2016 mengenai merek dan indikasi geografis per 1 Desember 2021.

Kopi RGK lebih diminati daripada kopi arabika, jumlah penjualan di hari Senin - Jumat berkisar 4-5 kg perharinya bubuk kopi dan untuk akhir pekan bisa mencapai 9-10 kg perharinya. Pemasaran Kopi RGK masih terkendala volume penjualan yang belum stabil dan jaringan pemasaran untuk membuka pasar baru terbatas karena sistem promosi hanya dilakukan secara M to M dan brosur. Meskipun sudah pernah muncul dan dibahas dalam publisitas melalui media massa namun pengembangan kopi RGK ini belum berkembang luas di pasaran. Kondisi tersebut menjadi dasar peneliti untuk mencari tahu lebih dalam lagi terkait faktor yang mempengaruhi konsumen membeli Kopi RGK.

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis proses pengambilan keputusan pembelian Kopi RGK di KT Rahayu IV Kabupaten Semarang.
2. Menganalisis pengaruh faktor gaya hidup, kualitas, harga, pendapatan dan lokasi terhadap keputusan pembelian Kopi RGK di KT Rahayu IV Kabupaten Semarang.

1.3 Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan yang telah dijelaskan, maka manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat bagi peneliti, digunakan untuk memperoleh informasi dan pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Kopi RGK.
2. Manfaat bagi petani dan lembaga pemasaran, dapat digunakan sebagai sumber informasi dan bahan pertimbangan dalam merencanakan strategi pemasaran kopi robusta di KT Rahayu IV Kabupaten Semarang.
3. Manfaat bagi pemerintah dan instansi terkait, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar pengambilan kebijakan dan evaluasi tentang usaha tani Kopi RGK di KT Rahayu IV Kabupaten Semarang agar lebih efisien.
4. Manfaat bagi pembaca, dapat dijadikan sebagai sumber informasi untuk penelitian selanjutnya.

1.4 Hipotesis Penelitian

1. Diduga secara serempak variabel gaya hidup, kualitas, harga, pendapatan dan lokasi mempengaruhi keputusan pembelian Kopi RGK.
2. Diduga secara parsial variabel gaya hidup, kualitas, harga, pendapatan dan lokasi mempengaruhi keputusan pembelian Kopi RGK.