

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki potensi yang besar dalam sektor pertanian kopi sebagai penghasil sekaligus pengeksport biji kopi di kancah dunia. Peluang ekspor kopi Indonesia semakin tinggi, hal ini dikarenakan kondisi produksi kopi di Brazil mengalami penurunan (de Oliveira Aparecido *et al.*, 2022). Produksi kopi yang tinggi di Indonesia didukung dengan kondisi iklim yang memadai untuk budidaya tanaman kopi yaitu iklim tropis. Tanaman kopi yang banyak dibudidayakan di Indonesia antara lain kopi Arabika dan Robusta. Produksi kopi di Indonesia didominasi oleh jenis kopi Robusta terutama di daerah Lampung namun kopi Arabika lebih banyak diminati konsumen karena rasanya yang khas. Kopi Arabika hanya mampu dibudidayakan di daerah dataran tinggi sehingga produksinya tidak lebih banyak dari kopi Robusta. Hal ini yang menjadikan kopi Arabika memiliki nilai jual yang lebih tinggi dibandingkan dengan kopi Robusta.

Wonosobo merupakan salah satu daerah yang ikut berperan aktif dalam produksi kopi baik itu produksi kopi Arabika maupun kopi Robusta. Kabupaten yang memiliki potensi tertinggi dalam produksi kopi salah satunya adalah Wonosobo (Zikra *et al.*, 2022). Wonosobo juga memiliki kondisi geografis berupa dataran tinggi yang membuatnya menjadi relatif cocok untuk budidaya tanaman kopi Arabika. Bowongso merupakan salah satu desa di Kecamatan Kalikajar,

Kabupaten Wonosobo dengan ketinggian 1200-1450 mdpl dan berada di lereng gunung Sumbing sehingga cocok untuk ditanami kopi Arabika. Kopi Bowongso yang merupakan kopi Arabika ditanam di desa Bowongso dan dikelola oleh kelompok tani “Bina Sejahtera”. Kopi yang dihasilkan kelompok tani Bina Sejahtera 80% dipasarkan kepada konsumen rumah tangga dan sisanya dipasarkan pada kedai kopi maupun toko oleh-oleh. Penyerapan kopi yang tinggi dipengaruhi oleh tingkat konsumsi kopi yang mulai meningkat baik itu *home brewer* (penyeduh kopi di rumah) ataupun dari kedai kopi.

Kopi Bowongso dalam menjalankan usahanya berada dibawah naungan kelompok tani Bina Sejahtera yang beranggotakan 20 orang. Produksi kopi dari kelompok tani ini pada tahun 2021 mencapai 4.589 kg yang berasal dari anggota kelompok tani dan 10 orang diluar anggota kelompok tani. Kegiatan promosi selain dilakukan melalui mulut ke mulut, kelompok tani ini juga bekerja sama dengan *basecamp* pendakian gunung Sumbing Djoegil Awar-awar dengan mencantumkan lokasi kedai Kopi Bowongso yang dekat dengan *basecamp* pada peta jalur pendakian sehingga pendaki mengetahui mengenai adanya kopi Bowongso. Bowongso secara rutin juga mengikuti event pameran kopi untuk meningkatkan eksistensi kopi Bowongso.

Lahan yang digunakan dalam penanaman kopi Bowongso merupakan lahan pribadi milik masing-masing petani dengan menggunakan sistem tumpang sari. Awalnya kopi ditanam dengan tujuan konservasi yaitu pengikat tanah agar tidak mudah terkena erosi dikarenakan curah hujan yang tinggi dan berupa lereng.

Seiring berjalannya waktu dan dengan kepedulian dari kelompok tani Bina Sejahtera kemudian kopi Bowongso berkembang menjadi kopi unggulan yang memiliki nilai jual tinggi dan dapat bersaing dengan kopi dari daerah lainnya. Kopi bowongso melakukan pengolahan kopi dengan maksimal mulai dari penanaman, perawatan, panen petik merah, pengolahan *greenbean*, dan *roasting*.

Kopi bowongso mengeluarkan beberapa produk kopi kemasan yaitu kopi *natural* dan kopi *fullwashed* yang dapat dibeli sesuai dengan keinginan konsumen mulai dengan harga Rp 30.000/100gr untuk *fullwashed* dan Rp 35.000/100gr untuk *natural*. Konsumen dapat melakukan *request* ukuran gilingan kopi sesuai dengan keinginannya. Kopi Bowongso juga menyediakan berbagai variasi menu seduhan untuk dinikmati konsumen yang hendak minum di kedai kopi Bowongso. Saat ini kopi Bowongso sudah mendirikan kedai baru yang memiliki tiga lantai dan berlokasi tepat di depan kedai kopi Bowongso yang sebelumnya. Kedai kopi Bowongso yang baru ini menyajikan view gunung Sumbing di lantai tiganya.

Kopi Bowongso menerapkan konsep satu pintu yang mengharuskan konsumen untuk membeli kopi Bowongso di kedai kopi mereka. Konsep ini diharapkan mampu menjaga kualitas kopi Bowongso agar tidak terjadi pemalsuan. Konsep ini sejalan dengan tujuan dari kopi Bowongso yaitu agar kopinya dapat dinikmati oleh masyarakat sekitar Bowongso. Konsep yang diterapkan kopi Bowongso ini tentunya menimbulkan tantangan tersendiri bagi mereka dikarenakan akses jalan ke lokasi yang masih sulit dan cukup jauh dari pusat kota yaitu sekitar 17 km. Hal ini kemudian yang mendorong diperlukannya

analisis dan pemahaman mengenai karakteristik konsumen untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat agar kepuasan konsumen menjadi maksimal.

Karakteristik konsumen merupakan salah satu faktor psikologis yang digunakan untuk memahami perilaku konsumen. Pemahaman mengenai karakteristik konsumen akan mempengaruhi strategi yang diterapkan agar konsumen dapat memutuskan membeli produk yang ditawarkan. Pengambilan keputusan konsumen dipengaruhi oleh berbagai hal mulai dari produsen dan pemasar, lingkungan konsumen, perbedaan individu konsumen serta proses pembentukan psikologis yang terjadi (Mizfar *et al.*, 2015). Kepuasan konsumen merupakan sikap yang ditunjukkan konsumen setelah memperoleh dan menggunakan suatu produk ataupun jasa. Salah satu strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran produk yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*). Kepuasan merupakan perasaan senang maupun kecewa seseorang yang disebabkan adanya perbandingan antara kinerja yang dipersepsikan dari suatu produk terhadap ekspektasi mereka (Yulia *et al.*, 2019).

Analisis *marketing mix* atau bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi perlu dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen. Analisis yang dilakukan dapat digunakan sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan performa usaha yang dijalankan.

1.2 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen kopi arabika Bowongso.
2. Menganalisis pengaruh variabel bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan tempat terhadap kepuasan konsumen kopi arabika Bowongso.

1.3 Manfaat

Manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1. Bagi peneliti, kegiatan penelitian ini menjadi proses pembelajaran yang baik untuk mengaplikasikan ilmu dan teori yang diperoleh diterima selama masa perkuliahan.
2. Bagi Pengusaha, sebagai bahan masukan dalam menentukan strategi pemasaran produk kopi terutama kopi Arabika Bowongso agar dapat memaksimalkan kepuasan konsumen.