

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kopi merupakan salah satu hasil komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi di antara tanaman perkebunan lainnya dan berperan penting sebagai sumber devisa negara. Kopi tidak hanya berperan penting sebagai sumber devisa melainkan juga merupakan sumber penghasilan bagi tidak kurang dari satu setengah juta jiwa petani kopi di Indonesia (Rahardjo 7: 2012), Kopi merupakan kebutuhan yang memiliki khasiat untuk kesehatan yaitu dapat mengurangi resiko diabetes, sebagai pembangkit stamina, mengurangi sakit kepala dan melegakan nafas (Budiman, 45: 2012)

Permintaan akan kopi Indonesia dari waktu ke waktu terus meningkat, mengingat kopi Robusta Indonesia mempunyai keunggulan karena kopi yang dikandungnya lebih kuat, sedangkan kopi Arabika yang dihasilkan oleh berbagai daerah di Indonesia mempunyai karakteristik cita rasa yang unik dan mempunyai aroma yang khas. Produksi kopi Indonesia pada tahun 2013 mencapai 750.000 ton. Peningkatan tersebut disebabkan karena cuaca yang mendukung untuk pembungaan dan pembentukan buah kopi. Pengaruh cuaca merupakan faktor dominan dalam mempengaruhi tingkat produksi kopi nasional.

Indonesia merupakan salah satu Negara dengan pertumbuhan produksi kopi cukup besar pada tahun 2018-2022 hingga mencapai 66,17%. Berdasarkan data produksi kopi menurut Provinsi di Indonesia tahun 2018-2022, dari 34 Provinsi yang ada di Indonesia, Provinsi Riau merupakan provinsi dengan produksi kopi terbesar dengan pertumbuhan produksi kopi hingga mencapai 4.297,73% dan yang paling rendah adalah Provinsi Sumatera Utara dengan

produksi hanya 27,44%, sedangkan provinsi Lampung sendiri produksi kopi tahun 2018-2022 mencapai 33,60%.

Provinsi Lampung merupakan salah satu provinsi dengan komoditas pertanian kopi cukup besar dibandingkan dengan provinsi-provinsi lainnya, Kabupaten dengan komoditas penghasil kopi paling banyak adalah Lampung Barat yang setiap tahunnya selalu meningkat hingga 2,4%, berbeda dengan Kabupaten Tanggamus, Kota Agung Dan Pringsewu hanya mencapai 0,8% saja. Lampung Barat memiliki penghasil kopi paling banyak karena didukung dengan tempatnya yang terletak di dataran tinggi dan mempunyai tekstur tanah yang lebih subur dibandingkan dengan Kabupaten lainnya.

Lampung Barat saat ini memiliki perkembangan kopi yang cukup pesat & potensial karena tingkat antusiasme petani terhadap tanaman kopi sangat tinggi dan juga kondisi geografis dan alam yang cocok untuk pengembangan tanaman kopi. Lampung Barat merupakan daerah kedua di Indonesia yang menghasilkan kopi untuk ekspor secara komersial pada awal abad 18. Sesuai dengan Data Statistik Perkebunan tahun 2019 bahwa rata-rata produktivitas kopi robusta di Lampung Barat sekitar 784 kg per Ha. Luas areal Kopi Robusta sekitar 15.750 Ha. Kopi Lampung Barat telah mempunyai sertifikasi Indikasi Geografis yang merupakan suatu jaminan pasar tentang mutu yang dihasilkan bagi para konsumen/Buyer sehingga mempunyai nilai tambah yang signifikan, sehingga Provinsi Lampung mempunyai kopi berkualitas yang dapat dibanggakan tentang citarasanya (Amirudin, 2019). 80% masyarakat provinsi Lampung mempunyai selera yang kuat terkait dengan konsumsi kopi robusta, hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan penjualan kopi robusta, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1. Data Penjualan Kopi ROBUSTA Lampung Barat

No	Tahun	Penjualan	Persentase (%)
1	2019	Rp. 113.550.000	29,8%
2	2020	Rp. 131.120.000	34,4%
3	2021	Rp. 136.430.000	35,8%
Total		Rp. 381.100.000	

(Sumber: Beranda_Kopi Robusta Lampung Barat, Dinas Pertanian Lambar, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa penjualan kopi robusta Lampung Barat setiap tahun mengalami peningkatan yang cukup baik, hal ini menguntungkan para petani agar selalu memproduksi kopi robusta dalam memenuhi minat masyarakat dalam mengkonsumsi kopirobusta.

Kopi robusta dapat dikatakan sebagai komoditas ekspor unggulan karena mempunyai nilai ekonomis yang relatif tinggi dan penjualan produk yang tinggi di pasar dunia dan berperan penting sebagai sumber devisa Negara.Salah satu faktor penting dalam penjualan produk kopi robusta adalah desain kemasan dan harga.Desain kemasan yang menarik adalah bentuk dan bahan kemasan yang standard.Hal ini baerarti elemen grafis pada kemasan dapat merupakan faktor penentu menarik atau tidaknya sebuah kemasan.

Salah satu yang mempengaruhi penjualan jual kopi robusta tinggi adalah desain kemasan produk yang menarik.Kemasan Robusta sudah mencakup seluruh elemen atau dimensi dari desain kemasan produk.Bagian depan Kopi Robusta mengilustrasikan citra produk. Pemilihan gaya gambar serta penempatan gambar tersebut memberikan identifikasi visual produk yang menarik. Desainer Kopi Robusta menggunakan pendekatan yang unik, guratan kasar, kesan berat minuman kopi memperlihatkan berat kemasan atau porsi yang akan dibuat menjadi minuman kopi, bahkan beberapa teknik persuasi dikembangkan dengan menyajikan foto yang telah diberi tambahan

dalam penyajiannya, berbeda dengan desain kemasan kopi robusta saat tahun 1990 an, desain kemasan hanya menggambarkan nama produk saja serta nama perusahaan yang memproduksinya dan semua desain kemasan belum menggunakan identifikasi visual produk yang menarik(Dhameria, 2014).



Gambar 2.1. Kemasan Kopi Robusta 200gr

Selain desain kemasan produk kopi robusta, harga juga mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan kopi robusta. Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk baik barang maupun jasa (Kotler, 2018). Konsumen cenderung menggunakan harga sebagai sebuah indikator kualitas (Mowen: 2013). Berdasarkan definisi harga tersebut dapat disimpulkan bahwa harga merupakan sejumlah uang untuk menghargai suatu produk barang atau jasa sesuai dengan jumlah yang telah disepakati oleh pihak penjual dan pembeli. Harga sangat mempengaruhi minat konsumen dalam membeli suatu produk, karena banyak konsumen yang berminat untuk membeli, sehingga menjadi sangat selektif dalam melakukan identifikasi produk dari harga sampai kualitas yang dimiliki produk tersebut. Berikut adalah daftar harga produk kopi robusta lampung barat yang dapat menjadikan salah satu keputusan pembelian pelanggan semakin meningkat, antara lain sebagai berikut:

Tabel 1.2. Daftar Harga Kopi Robusta Lampung Barat Tahun 2019-2021

No	Tahun	Kemasan	Daftar Harga
1	2019	1. 100 gr 2. 150 gr 3. 200 gr	Rp. 27.000 Rp. 37.000 Rp. 47.000
2	2020	1. 100 gr 2. 150 gr 3. 200 gr	Rp. 30.000 Rp. 40.000 Rp. 50.000
3	2021	1. 100 gr 2. 150 gr 3. 200 gr	Rp. 33.000 Rp. 42.000 Rp. 52.000

(Sumber: Beranda_Kopi Robusta Lampung Barat, Dinas Pertanian Lambar, 2021).

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa setiap tahun harga kopi robusta selalu mengalami peningkatan walaupun kurang signifikan, hal ini dikarenakan kopi robusta Lampung Barat memiliki aroma khas yang sangat menarik pecinta kopi robusta.

Keputusan pembelian merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk atau jasa tertentu, serta berapa banyak unit produk/ jasa yang dibutuhkan pada periode tertentu (Kumala, 2012). Rossiter dan Percy dalam Kumala (2012) mengemukakan bahwa keputusan pembelian merupakan instruksi diri konsumen untuk melakukan pembelian atas suatu produk, melakukan perencanaan, mengambil tindakan-tindakan yang relevan seperti mengusulkan, dan akhirnya mengambil keputusan untuk melakukan pembelian. Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian konsumen terbentuk karena adanya keinginan atau minat untuk membeli sampai dengan keputusan untuk membeli sebuah produk.

Tabel 1.3. Jumlah Peningkatan Pelanggan Kopi Robusta Lampung Barat
Tahun 2021

No	Bulan	Jumlah Pelanggan
1	Januari	3.120 orang
2	Februari	3.342 orang
3	Maret	3.769 orang
4	April	4.150 orang
5	Mei	4.672 orang
6	Juni	4.820 orang
7	Juli	5.457 orang
8	Agustus	5.989 orang
9	September	6.469 orang
10	Oktober	7.120 orang
11	November	7.890 orang
12	Desember	8.230 orang

(Sumber: Beranda_Kopi Robusta Lampung Barat, Dinas Pertanian Lambar, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, maka diketahui semakin bulan pada periode 2021, jumlah pelanggan semakin mengalami peningkatan, hal ini membuktikan bahwa keputusan pembelian pelanggan terhadap produk kopi robusta sangat tinggi. Keputusan pembelian konsumen terhadap produk kopi dapat terwujud jika harga dan kualitas produk yang ditawarkan sangat baik sesuai dengan promosi. Daya tarik promosi, kualitas produk dan harga sangat menentukan keputusan pembelian para konsumen untuk membeli sebuah produk kopi.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian “Pengaruh Harga Dan Desain Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Robusta Di Lampung Barat”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan, maka dapat dirumuskan masalahnya adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi robusta di Lampung Barat?
- 2) Apakah desain kemasan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi robusta di Lampung Barat?
- 3) Apakah harga dan desain kemasan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi robusta di Lampung Barat?

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Agar pembahasan dalam laporan tugas akhir ini dapat terarah maka penulis memberikan ruang lingkup penelitian yaitu:

- 1) **Subyek Penelitian**
Ruang lingkup subyek penelitian ini adalah industry Kopi Robusta Di Lampung Barat
- 2) **Obyek Penelitian**
Ruang lingkup obyek penelitian ini adalah Pengaruh Harga Dan Desain Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Robusta
- 3) **Tempat**
Ruang lingkup tempat penelitian adalah Di industry Kopi Robusta Di Lampung Barat
- 4) **Waktu**
Ruang lingkup waktu penelitian ini dilakukan selama 2 minggu pada bulan Februari 2022
- 5) **Ilmu Penelitian**
Ruang lingkup ilmu penelitian yang diambil adalah manajemen pemasaran.

1.4. Tujuan Penelitian

- 1) Diketahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kopi robusta di Lampung Barat
- 2) Diketahui pengaruh desain kemasan produk terhadap keputusan pembelian kopi robusta di Lampung Barat
- 3) Diketahui pengaruh harga dan desain kemasan produk terhadap keputusan pembelian kopi robusta di Lampung Barat

1.5. Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat dalam penelitian ini yaitu:

1.5.1. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat menambah atau memperkaya wawasan ilmu pengetahuan dalam menerapkan ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai bagaimana kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknes*), kesempatan (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam mengembangkan sector industry kopi robusta lampung barat serta dapat membandingkan teori-teori yang dapat dari perkuliahan dengan praktek yang sesungguhnya didalam perusahaan atau dinas.

1.5.2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi dinas untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan dan mengembangkan industry kopi dengan memperhatikan faktor-faktor apa saja yang merupakan kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknes*), kesempatan (*opportunities*) dan ancaman (*threats*), dalam mengembangkan sector industry Di Lampung Barat.

1.5.3. Bagi Institusi

- 1) Sebagai pertimbangan untuk peneliti selanjutnya
- 2) Untuk menambah referensi skripsi perpustakaan IBI darmajaya
- 3) Sebagai tambahan informasi dan bahan perbandingan bagi peneliti lain yang meneliti pada bidang usaha yang sama maupun khalayak umum menambah pengetahuannya.

1.6. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah
2. Rumusan Masalah
3. Ruang Lingkup Penelitian
4. Tujuan Penelitian
5. Manfaat Penelitian
6. Sistematika Penelitian

BAB II LANDASAN TEORI

1. Tinjauan Teori
2. Penelitian Terdahulu
3. Kerangka Pikir

BAB III METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian
2. Sumber Data
3. Teknik Pengumpulan Data
4. Variabel Penelitian
5. Definisi Operasional
6. Metode Analisis Data
7. Analisis Data