

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu komoditas ekspor andalan Indonesia. Selain teh, kopi merupakan minuman paling dikenal umat manusia. Minuman ini sudah dikenal di mana-mana sejak ratusan tahun lalu. Sejak jaman Hindia Belanda sampai saat ini, Indonesia menjadi negara produsen kopi terbesar ke empat setelah Brazil, Kolombia dan Vietnam. Saat ini kopi merupakan komoditas nomor dua yang paling banyak diperdagangkan setelah minyak bumi. Total 6,7 juta ton kopi diproduksi dalam kurun waktu 1998-2000 saja. Berdasarkan sumber dari FAO, diperkirakan pada tahun 2010, produksi kopi dunia akan mencapai 7 juta ton per tahun (<http://id.wikipedia.org/wiki/Kopi>, 2009). Luas areal dan produksi kopi di Propinsi Yogyakarta mengalami perubahan. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1. Luas areal dan produksi kopi pada perkebunan besar dan perkebunan rakyat di Propinsi Yogyakarta 2003 – 2007

| Tahun | Luas Areal (ribu, Ha) |                   | Produksi (ribu ton) |                   |
|-------|-----------------------|-------------------|---------------------|-------------------|
|       | Perkebunan Besar      | Perkebunan Rakyat | Perkebunan Besar    | Perkebunan Rakyat |
| 2003  | 57,4                  | 1243,2            | 29,4                | 645,0             |
| 2004  | 52,6                  | 1251,3            | 29,2                | 618,2             |
| 2005  | 52,9                  | 1202,4            | 24,8                | 615,6             |
| 2006  | 53,6                  | 1255,1            | 28,9                | 653,3             |
| 2007  | 53,6                  | 1258,4            | 29,8                | 657,0             |

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2008

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa luas areal perkebunan kopi per tahun mengalami perubahan, baik pada perkebunan besar maupun pada perkebunan rakyat. Produksi kopi sempat mengalami penurunan pada tahun 2005, yaitu sebesar 24,8 ribu ton pada perkebunan besar dan 615,6 ribu ton pada perkebunan rakyat,

namun kemudian pada tahun-tahun berikutnya mengalami peningkatan produksi yang diakibatkan bertambahnya luas areal perkebunan besar dan perkebunan rakyat.

Ketidakstabilan harga kopi di pasar dunia akhir-akhir ini, membuat produsen kopi mencari alternatif untuk menyelamatkan komoditas kopi yaitu dengan cara meningkatkan konsumsi dalam negeri. Bagi produsen kopi yang berorientasi lokal (domestik), hal tersebut tidak terlalu mengkhawatirkan karena kebutuhan konsumen dalam negeri cukup tinggi. Dalam hal ini berarti kopi diproses dulu menjadi kopi bubuk.

Kopi merupakan bahan minuman yang mempunyai banyak manfaat. Menurut Harvard Women's Health, mengonsumsi kopi beberapa cangkir sehari selain sebagai minuman yang menyegarkan juga dapat dapat mengurangi risiko diabetes tipe 2, pembentukan batu ginjal, kanker usus besar, penyakit parkinson, kerusakan fungsi hati (sirosis), penyakit jantung serta menghambat penurunan daya kognitif otak (Team Majalah Kesehatan, 2009).

Kenikmatan minum kopi memang tidak bisa dipungkiri oleh siapa saja. Kopi dapat memberikan dampak positif namun minum kopi juga ternyata membawa efek samping yang bisa berbahaya. Kebiasaan minum kopi sering kali memunculkan efek "kecanduan" baik secara psikologis maupun fisiologis. Minum kopi berbahaya bagi penderita hipertensi. Meminum kopi terlalu banyak bisa pula mengurangi kesuburan wanita. Ciri umum ketergantungan kopi antara lain rasa letih atau lelah, tak bersemangat dan mengantuk kalau sehari saja tidak minum kopi (Depkes, 2009).

Setiap cangkir kopi mengandung 100-125 mg kafein. Jumlah yang wajar dalam mengonsumsi kopi adalah sebanyak 85 - 200 mg atau 1 - 3 cangkir kopi. Namun, minum kopi di atas 250 mg sekaligus dapat menyebabkan gangguan kesehatan, seperti jantung berdebar, gelisah, *insomnia* (sulit tidur), gugup, *tremor* (tangan bergetar), bahkan mual sampai muntah-muntah (Depkes, 2009).

Masyarakat Indonesia memiliki tingkat konsumsi untuk bahan minuman kopi sesuai dengan tingkat pendapatannya. Konsumsi per kapita sebulan untuk minuman kopi dan golongan pengeluaran per kapita di Indonesia untuk daerah perkotaan dan pedesaan dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Dari Tabel 1.2 terlihat bahwa masyarakat yang mengalokasikan pengeluarannya untuk mengonsumsi kopi dimulai dari masyarakat yang memiliki pengeluaran di bawah Rp 100.000,- hingga di atas Rp 1.000.000,-. Hal ini memperlihatkan bahwa di setiap golongan masyarakat berdasarkan tingkat pengeluarannya mengalokasikan sebagian pendapatannya untuk mengonsumsi kopi, dan tingkat pendapatan mempengaruhi besarnya tingkat konsumsi kopi dimana semakin besar golongan pengeluarannya maka semakin besar pula pengeluaran yang digunakan untuk mengonsumsi kopi.

Tabel 1.2. Pengeluaran rata-rata per kapita per bulan jenis bahan minuman kopi dan golongan pengeluaran perkapita sebulan di Indonesia daerah perkotaan 2008

| Golongan Pengeluaran (Rp/bln) | Pengeluaran rata-rata |             |
|-------------------------------|-----------------------|-------------|
|                               | Rp/bln                | Persentase  |
| < 100.000                     | 3.423                 | 3,90        |
| 100.000 - 149.999             | 4.885                 | 3,77        |
| 150.000 - 199.999             | 6.552                 | 3,74        |
| 200.000 - 299.999             | 7.626                 | 3,09        |
| 300.000 - 499.999             | 9.038                 | 2,36        |
| 500.000 - 749.999             | 10.196                | 1,69        |
| 750.000 - 999.999             | 11.205                | 1,31        |
| > 1.000.000                   | 12.500                | 0,77        |
| <b>Rata-rata perkapita</b>    | <b>8.221</b>          | <b>2,13</b> |

Sumber : BPS, 2008

Dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumsi kopi di Indonesia, banyak bermunculan perusahaan yang bergerak di bidang bahan minuman kopi. Perusahaan - perusahaan kopi tersebut, terdiri dari perusahaan yang memproduksi kopi bubuk dan perusahaan yang memproduksi kopi siap pakai (instan). Hal ini terlihat dari beragamnya merk kopi di pasaran Kabupaten Sleman. Oleh karena itu, produsen disini harus terlebih dahulu mengetahui dan mempelajari faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan, sehingga produsen dapat memperbaiki dan menyediakan produk yang disukai oleh konsumen.

Dengan adanya perilaku konsumen produk kopi yang berbeda, maka produsen juga menyiapkan berbagai pilihan produk kopi dan hal tersebut menyebabkan terjadinya persaingan antar produsen kopi untuk menarik konsumen. Banyaknya perusahaan yang memproduksi bahan minuman kopi juga mengakibatkan munculnya persaingan cukup ketat dalam industri tersebut, hal ini

menyebabkan perusahaan (produsen) menyusun strategi pemasaran serta mencari faktor-faktor yang mempengaruhi kelancaran usahanya. Produsen melakukan banyak hal untuk menarik konsumen, yaitu dengan iklan yang efektif dan mudah diingat, memberikan hadiah-hadiah baik secara langsung (mug, piring, dan sebagainya) atau melalui undian, dan juga pemberian sampel secara cuma-cuma untuk memperkenalkan produknya.

Kabupaten Sleman merupakan pusat konsumen dan pasar yang besar di mana masyarakatnya memiliki banyak perbedaan karakteristik seperti tingkat pendidikan, pekerjaan, serta pendapatan. Selain perbedaan karakteristik tersebut, perbedaan kebiasaan dan kesukaan juga dapat mengakibatkan keragaman konsumen.

## **B. Perumusan Masalah**

Keragaman konsumen dapat menyebabkan munculnya produk kopi yang bervariasi di pasar. Banyak sedikitnya variasi atau pilihan produk kopi yang ditawarkan juga akan berpengaruh terhadap permintaan. Kehadiran kopi instan semakin memperketat persaingan pada industri kopi bubuk, karena dilihat dari atribut yang ditawarkan oleh kopi instan akan mempengaruhi tindakan konsumen dalam tahap pengambilan keputusan pembelian kopi yaitu kopi bubuk maupun kopi instan. Pada produk kopi bubuk, pilihan yang ditawarkan kepada konsumen adalah ukuran dan kemasan. Sedangkan pada produk kopi instan, selain ukuran dan kemasan, masih terdapat banyak pilihan, dari yang original yang hanya tidak meninggalkan ampas sampai yang memiliki campuran kopi itu yaitu susu, gula, krimmer, rasa moka, vanilla, coklat, cappuccino, dan sebagainya serta merk.

Dari sekian banyak variasi produk yang ditawarkan maka akan memperlihatkan perilaku konsumen dan permintaan produk kopi oleh konsumen.

Permintaan akan suatu produk kopi menyebabkan munculnya berbagai merk kopi di pasar. Produsen produk kopi berusaha untuk memenuhi kebutuhan dari konsumen kopi dimana konsumen kopi memiliki berbagai pertimbangan dalam membeli suatu produk kopi, dan hal ini meningkatkan tingkat persaingan antar merk kopi.

Adanya variasi produk kopi di pasar membuat konsumen memiliki banyak pilihan. Konsumen dapat memilih produk kopi yang sesuai dengan kebutuhan, selera, dan pendapatannya, sehingga konsumen akan mempelajari produk kopi itu terlebih dahulu sebelum membuat keputusan untuk membelinya. Konsumen dalam memilih suatu produk kopi untuk dikonsumsi selalu mengalami tahap-tahap pengambilan keputusan dalam membeli produk kopi, seperti tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian, dan pasca pembelian.

Berdasarkan uraian di atas, maka perlu adanya penelitian mengenai atribut-atribut produk apa saja yang diinginkan oleh konsumen pada konsumsi kopi bubuk dan kopi instan di Kabupaten Sleman, tahap-tahap proses pengambilan keputusan dalam konsumsi kopi bubuk dan kopi instan di Kabupaten Sleman, dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen dalam mengkonsumsi produk kopi bubuk dan kopi instan di Kabupaten Sleman.

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengidentifikasi atribut-atribut produk yang diinginkan oleh konsumen kopi bubuk dan kopi instan di Kabupaten Sleman,
2. Mengetahui tahap-tahap proses pengambilan keputusan dalam konsumsi kopi bubuk dan kopi instan di Kabupaten Sleman, dan
3. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi proses keputusan konsumen dalam mengkonsumsi produk kopi bubuk dan kopi instan di Kabupaten Sleman, yaitu harga kopi bubuk, harga kopi instan, harga teh, harga gula, harga susu, harga krimmer, harga rokok, pendapatan, tingkat pendidikan, umur, *dummy* iklan, dan *dummy* jenis kopi.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti untuk memperoleh pengetahuan serta sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Institut Pertanian Stiper Yogyakarta.
2. Bagi produsen kopi sebagai masukan dalam mengembangkan produk kopi dalam kualitas dan kuantitas yang sesuai dengan keinginan konsumen sehingga mampu meningkatkan keuntungan perusahaan.