

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis yang sangat tajam pada saat ini merupakan sebuah tantangan bagi pengusaha untuk tetap berada dalam persaingan industri. Persaingan yang terjadi akan memaksa produsen untuk berhadu dalam menciptakan inovasi dan variasi produk yang dapat membuat konsumen mereka puas. Perilaku pembelian seseorang dapat dikatakan sesuatu yang unik, karena preferensi dan sikap terhadap obyek setiap orang berbeda. Selain itu konsumen berasal dari beberapa segmen, sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan juga berbeda. Masih terdapat banyak faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Produsen perlu memahami perilaku konsumen terhadap produk atau merek yang ada di pasar. Selanjutnya perlu dilakukan berbagai cara untuk membuat konsumen tertarik terhadap produk yang dihasilkan.

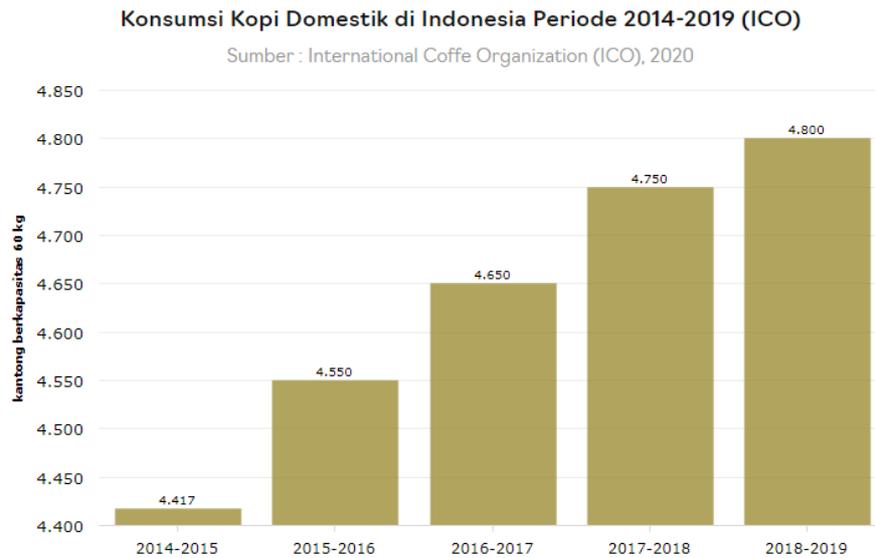
Kopi menjadi komoditas yang potensial untuk dikembangkan karena terjadi peningkatan kebutuhan terhadap kopi baik di dalam maupun di luar negeri. Kopi menjadi salah satu komoditas yang penting bagi perekonomian dunia baik dari segi konsumsi maupun dari segi produksi. Kopi merupakan tanaman perkebunan yang sudah lama dibudidayakan dan mampu menjadi sumber nafkah bagi lebih dari satu setengah jiwa petani kopi Indonesia. Selain sebagai sumber penghasilan rakyat, kopi menjadi komoditas andalan ekspor dan sumber pendapatan devisa negara (Fitriani, Amir, & Laily, 2023).

Menurut (Muliani & Nildayanti, 2018) tanaman kopi merupakan komoditas ekspor unggulan yang dikembangkan di Indonesia karena mempunyai nilai ekonomis yang relatif tinggi di pasaran dunia. Permintaan kopi Indonesia dari waktu ke waktu terus meningkat karena seperti kopi Robusta mempunyai keunggulan bentuk yang cukup kuat serta kopi Arabika mempunyai karakteristik cita rasa (acidity, aroma, flavour) yang unik dan ekselen.

Indonesia merupakan Negara penghasil kopi dalam jumlah yang banyak, perkebunan kopi terbesar di seluruh wilayah Indonesia dari sabang sampai merauke dengan khasnya masing – masing. Kopi yang dihasilkan dari daera – daerah tersebut mempunyai cita rasa khas yang menjadi keunggulan masing – masing daerah penghasil. Kopi dari Indonesia ini merupakan salah satu produk pertanian yang berkualitas di dunia. Menurut data International Coffe Organizationn (ICO) tahun 2019. Kopi sebagai salah satu komoditi ekspor utama di dunia menempati peringkat ke empat dengan total produksi 12 juta per tahun. Hal ini di dukung oleh permintaan pasar luar negeri yang mengetahui kualitas kopi yang dimiliki oleh Indonesia. Berbagai macam biji kopi unggulan seperti Kopi Arabika (*Coffea arabica*), Robusta (*Coffea canephora*), kopi luwak, kopi toraja dan jenis kopi lainnya.

Kopi merupakan tanaman perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi di antara tanaman perkebunan lainnya. Selain sebagai sumber penghasilan rakyat, kopi berperan penting sebagai sumber pendapatan devisa Negara melalui ekspor serta menciptakan lapangan kerja, pendorong agribisnis dan agroindustry serta pengembangan wilayah.

Menikmati kopi memang menjadi suatu tradisi bagi masyarakat Indonesia mulai dari masyarakat pedesaan hingga perkotaan. Berikut merupakan data konsumsi kopi di Indonesia di tunjukkan dalam gambar dibawah ini:



Gambar 1.1 Konsumsi Kopi Domestik di Indonesia

Sumber data: International Coffee Organization (ICO)

Dari gambar grafik diatas dapat dilihat bahwa konsumsi Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya Konsumsi kopi Indonesia pada periode 2018-2019 mencapai 4.800 juta karung kopi (in thousand 60 kg). Komsumsi tersebut terus naik sejak tahun 2010 yakni 44 persen terhadap 2018/2019 (ICO) (Annur, 2020).

Sebagai salah satu negara berkembang di dunia, menjadikan Indonesia sebagai pasar yang besar untuk dimasuki perusahaan yang ingin memperkenalkan dan memasarkan produknya. Persaingan yang semakin tinggi menuntut adanya keunggulan bersaing yang harus dimiliki oleh setiap perusahaan. Para pelaku bisnis

khususnya di bidang industri minuman tertarik untuk memasarkan produknya, tidak hanya meningkatnya minat beli tetapi pertumbuhan penduduk yang cukup tinggi membuat para pelaku bisnis berani mengembangkan bisnisnya di Indonesia.

Pertumbuhan pangsa pasar di Indonesia yang semakin meningkat diikuti dengan cermat oleh perusahaan, sehingga banyak perusahaan baru yang mengembangkan bisnisnya di Indonesia. Salah satu bisnis yang berkembang yaitu bisnis yang bergerak di bidang food and beverages, seperti gerai kopi. Pada masa sekarang ini, minum kopi di gerai kopi telah menjadi kebiasaan (*lifestyle*) masyarakat Indonesia. Konsumen tidak hanya untuk sekedar minum kopi, tetapi biasanya gerai kopi juga menjadi tujuan beberapa kalangan untuk melakukan kegiatan tertentu, seperti bertemu klien, sebagai tempat untuk meeting point, berkumpul dan berdiskusi dengan teman-teman dan untuk belajar kelompok bagi kalangan mahasiswa.

Salah satu Kota di Provinsi Jawa Timur yang berada dekat dengan kota Surabaya yaitu Kota Bangkalan. Meningkatnya jumlah kedai kopi di Kota Bangkalan dan diikuti juga dengan gaya hidup masyarakat Bangkalan yang cenderung konsumtif, membuat banyaknya kedai kopi baru yang membuka kedainya di Kota Bangkalan. Salah satu kedai kopi terkenal di Indonesia yaitu kopi Janji Jiwa Jilid 704 Kota Bangkalan. Konsumen kopi memilih kopi Janji Jiwa karena citra produknya, Kopi Janji Jiwa memiliki memiliki citra rasa yang khas pada setiap produknya yang membedakan dengan produk lain. Berikut jumlah kedai kopi yang berada di Kota Bangkalan, disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Kedai Kopi di Kota Bangkalan

Nama Kedai Kopi	Alamat
Janji Jiwa	Jl. KH. Moh Kholil, Jl. Jend. A. Yani
Kandang Kopi	Jl. RE. Martadinata
Kopi Kelud	Jl. Kelud
Robusta Cafe	Jl. Hos. Cokroaminoto No.38b
Beli Kopi	Jl. Trunojoyo No.37, Pejagan

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan data di atas terlihat bahwa jumlah kedai kopi di Indonesia terutama di kota Bangkalan relatif banyak. Konsumsi kopi di Indonesia mengalami kenaikan rata-rata sekitar 3% setiap tahunnya, lebih tinggi dibanding pertumbuhan konsumsi kopi dunia yang rata-rata sekitar 2%. Hal tersebut menjadi peluang bagi industri pengolahan kopi di Indonesia (kemenperind, 2009). Dengan banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang minuman kopi dan konsumsi kopi yang terus meningkat, menjadikan konsumen menentukan pilihannya secara luas untuk produk yang mereka sukai.

Banyaknya kedai kopi baru yang di buka di Kota Bangkalan membuat banyaknya konsumen untuk menentukan pilihannya dalam memilih produk minuman kopi. konsumen untuk menentukan pilihannya dalam memilih produk minuman. Konsumen bebas memilih produk yang dibutuhkan atau diinginkan, pasar sebagai pihak yang menawarkan berbagai produk kepada konsumen (Andriani , 2021). Salah satu cara agar konsumen tetap memilih produk minuman tertentu adalah dengan membuat perbedaan antara produk dengan produk sejenis atau yang menjadi pengganti. Salah satu gerai kopi yang berada di Kota Bangkalan

adalah Kopi Janji Jiwa. Kedai Kopi Janji Jiwa memiliki tag line yaitu “Kopi dari Hati”. Janji jiwa mengambil konsep fresh-to-cup dengan penyajian kopi yang diambil dari petani lokal Indonesia. Menurut humas dari kedai kopi Janji Jiwa (Riyantie, Alamsyah, & Pranawukir, 2021) kopi yang biasa digunakan dalam pembuatan kopi pada kopi “Janji Jiwa” adalah kopi berjenis robusta yang berasal dari Sumatra. Kedai Kopi Janji Jiwa juga dikenal sebagai tempat bersosialisasi terutama bagi masyarakat urban di Indonesia. (Pertiwi, Rahman, & Siregar, 2019) juga menyatakan bahwa Suatu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah bagaimana setelah konsumen menerima dan merasakan manfaat nilai dari suatu produk, konsumen tersebut telah memiliki rasa loyal, rasa puas, dan komitmen terhadap produk tersebut.

Di Kota Bangkalan kopi Janji Jiwa masih terbilang hal yang baru. Supaya kopi Janji Jiwa dapat masuk ke pasar yang lebih besar, maka produsen harus mampu mengetahui sejauh mana merek produk yang dimiliki dapat diterima dan dipercaya oleh konsumen, sehingga kedepannya dapat memungkinkan untuk terjadinya *repurchase* atau dengan kata lain produksi yang dilakukan dapat berkelanjutan. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menjawab hal tersebut adalah dengan mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian suatu produk oleh konsumen. Hal ini didukung oleh pernyataan (Putri, 2021) yang menyatakan bahwa Harga merupakan faktor yang memberikan pengaruh tinggi dalam pengambilan keputusan pembelian secara offline maupun online melalui e-commerce. Kemampuan pelaku usaha dalam menyajikan preferensi harga yang kompetitif terhadap suatu produk, sangat mendorong konsumen untuk pengambilan keputusan dalam pembelian produk tersebut. Selain

itu, faktor kunci dalam kualitas makanan/produk sangat berperan penting pada suatu usaha karena memiliki peran dalam mengevaluasi keseluruhan pelanggan agar mereka mempunyai niat untuk melakukan pembelian kembali dimana untuk kriteria penilaian untuk kualitas produk dinilai dari rasa, kesegaran, dan cara penyajian makanan kepada pelanggan (Iskandar, 2021).

Oleh karena itu, hal tersebut dapat menjadi sebuah bekal dasar yang kemudian digunakan sebagai pengetahuan serta masukan bagi produsen yaitu kopi Janji Jiwa mengenai hal apa saja yang menjadi sebuah makna oleh konsumen dalam memutuskan untuk membeli produknya.

Dengan adanya latar belakang masalah tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian sejauh mana harga dan kualitas produk berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen terhadap kopi Janji Jiwa Bangkalan tuntut kemudian diambil menjadi penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Bangkalan.

1.2 Rumusan Masalah

Di Kabupaten Bangkalan produk kopi Janji Jiwa masih tergolong produk baru dibandingkan dengan produk kopi dari kedai kopi yang sudah ada sejak lama sebelumnya. Munculnya sejumlah kedai kopi dalam beberapa bulan terakhir menyebabkan sejumlah produk yang dihasilkan memiliki karakteristik yang relatif hampir sama antara satu dengan yang lain seperti harga dan produk. Kendala tersebut secara langsung menuntut para produsen kopi Janji Jiwa supaya memiliki sesuatu yang unik pada produknya agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk mereka, sehingga produsen harus mengetahui bagaimana makna

produk tersebut bagi konsumen serta pengaruhnya dalam melakukan keputusan pembelian kopi Janji Jiwa. Salah satu produsen merk kopi di Kota Bangkalan adalah Janji Jiwa. Adapun beberapa cara untuk mengetahui keinginan konsumen adalah dengan mengetahui bagaimana pemaknaan konsumen terhadap kopi Janji Jiwa melalui pendekatan representasi sosial dan mengetahui bagaimana pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk kopi Janji Jiwa di Bangkalan. Dari uraian tersebut, maka selanjutnya pihak produsen dapat menjaga, meningkatkan kualitas, dan mengembangkan produk serta pelayanan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan. Apabila sebuah produk memiliki keunikan tersendiri maka tentunya akan menarik minat konsumen untuk melakukan suatu pembelian. Berdasarkan rumusan tersebut, maka dapat diuraikan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian kopi Janji Jiwa di Kabupaten Bangkalan?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kopi Janji Jiwa di Kabupaten Bangkalan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat dirumuskan tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kopi Janji Jiwa di Kabupaten Bangkalan

2. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kopi Janji Jiwa di Kabupaten Bangkalan

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang diharapkan oleh penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Penerapan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan, serta untuk memperluas wawasan peneliti.

2. Bagi perusahaan

Dengan penelitian ini diharapkan perusahaan dapat mengetahui langkah-langkah apa saja yang harus diambil untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasar untuk produknya kepada masyarakat.

3. Bagi Lembaga

Hasil yang diperoleh dapat menambah wawasan sebagai bahan masukan untuk lembaga sebagai evaluasi serta referensi untuk penelitian selanjutnya.