

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Kopi adalah spesies tanaman berbentuk pohon dan termasuk dalam famili *Rubiaceae*, tanaman ini tumbuh tegak bercabang dan dapat mencapai tinggi 12m (Danarti dan Najiyati, 2004). Tanaman kopi dipanen untuk diambil bijinya kemudian dijadikan minuman atau bahan pangan lainnya. Minuman kopi pada dasarnya adalah minuman hasil seduhan biji kopi yang telah melalui proses roasting dan dihaluskan menjadi bubuk dan Indonesia adalah salah satu negara produsen dan eksportir kopi yang cukup besar di dunia. Kebanyakan hasil produksinya adalah varietas robusta yang berkualitas lebih rendah. Selain itu, Indonesia terkenal karena memiliki sejumlah kopi khusus seperti kopi luwak, kopi toraja, kopi aceh dan kopi mandailing. Kopi-kopi tersebut merupakan kopi khas Indonesia walaupun klasifikasinya masih sekeluarga dengan robusta dan arabika tetapi kopi luwak, kopi toraja, kopi aceh dan kopi mandailing memiliki kualitas yang lebih tinggi dari jenis kopi robusta dan arabika lainnya yang ada di Indonesia

Jumlah produksi tanaman kopi di Provinsi Maluku Utara sejak tahun 2016 hingga tahun 2018 terus menerus mengalami peningkatan dari total jumlah produksi pada tahun 2016 sebanyak 41 ton menjadi 133 ton pada tahun 2018 dan daerah yang menjadi sentra penghasil kopi di Maluku Utara adalah Kabupaten Halmahera Utara dengan total produksi 23 ton/ha, Halmahera Selatan dengan total produksi 14 ton/ha dan Halmahera Timur dengan total produksi 3 ton/ha (Badan Pusat Statistik Provinsi

Provinsi Maluku Utara, 2019). Meningkatnya jumlah produksi kopi berbanding lurus dengan tingkat konsumsi kopi domestik di masyarakat Indonesia yang selama lima tahun terakhir juga mengalami peningkatan tiap tahunnya. Selain peningkatan jumlah konsumsi kopi, cara mengonsumsi kopi di Indonesia juga mengalami pergeseran dari waktu ke waktu, hal ini terkait dengan meningkatnya taraf hidup serta pergeseran gaya hidup masyarakat Indonesia. Karena adanya pola perubahan konsumsi masyarakat menuju ke yang lebih praktis menyebabkan generasi muda pada zaman ini lebih menyukai minuman kopi instan, kopi *three in one* dan juga minuman berbasis *expresso* yang disajikan di *café-café* yang mulai menjamur di Indonesia dibandingkan dengan kopi yang harus di proses lama terlebih dahulu (AEKI, 2013).

Salah satu jenis kopi instan yang mulai dikenal di Maluku Utara adalah kopi rempah instan dari *Brand Pakesang* yang di produksi oleh Intima Home Industri (Pakesang), *home industri* ini terletak di Kelurahan Kasturyan, Kecamatan Kota Ternate Utara, Provinsi Maluku Utara. Intima Home Industri mulai memproduksi kopi rempah dengan *brand* Pakesang pada tahun 2013 dan merupakan home industri yang menjadi pelopor produsen kopi rempah untuk dikomersialkan di Kota Ternate (Disperindag, 2021). Kopi rempah adalah salah satu minuman kopi instan hasil kombinasi antara bubuk kopi dengan jenis biji kopi robusta dan rempah-rempah khas Maluku Utara seperti pala, cengkih, kayu manis, gula aren dan jahe. Jenis biji kopi robusta dipilih karena dianggap memiliki aroma yang tajam dan tingkat kafein tinggi, pada awal produksinya Intima Home Industri menggunakan biji kopi dari luar Maluku Utara, kemudian pada tahun 2019 Intima Home Industri menggunakan biji kopi lokal Maluku Utara dari Kepulauan Sula. Hal itu tidak berlangsung lama karena

saat ini Intima Home Industri sudah tidak lagi menggunakan biji kopi sula dan beralih ke biji kopi Toraja dari Makassar, hal ini dikarenakan produksi biji kopi dari kepulauan Sula masih sangat sedikit hingga belum mampu memenuhi kebutuhan biji kopi Intima Home Industri selain itu harga biji kopi Sula juga lebih mahal dari biji kopi Toraja. Untuk biji kopi Sula harganya sebesar Rp. 125.000/kg sedangkan untuk biji kopi Toraja harganya hanya sebesar Rp. 95.000/kg. Kopi rempah *Brand Pakesang* yang diproduksi oleh Intima Home Industri ini dibuat dengan cara menghaluskan semua bahan mulai dari jahe, pala, cengkih, kayu manis hingga biji kopi yang sudah disangrai, setelah semua bahan dihaluskan kemudian ditimbang dan dicampur satu persatu dengan bubuk kopi sesuai dengan takaran yang sudah ditentukan, Intima Home Industri mampu memproduksi sebanyak 15 kg kopi setiap harinya,.

Semakin tinggi tingkat konsumsi kopi menyebabkan semakin ketat tingkat persaingan di pasaran, terlebih lagi di Kota Ternate sekarang ini sudah mulai banyak produsen yang memproduksi kopi instan seperti kopi jahe chalumpunk yang diproduksi oleh Home Industri Serba Usaha. Kopi jahe chalumpunk menjadi salah satu kopi instan yang paling laris dipasar oleh-oleh khas Maluku Utara setelah kopi rempah *brand Pakesang*, untuk harga dan rasa kopi jahe chalumpunk yang di tawarkan kepada konsumen juga bervariasi. Untuk rasa kopi jahe chalumpunk mempunyai dua varian rasa yaitu varian original dan varian *creamer*, sedangkan untuk harga dengan kemasan 150gr dijual sebesar Rp.38.000 dan kemasan 300gr dijual dengan harga Rp.81.000

Selain kopi jahe chalumpunk terdapat beberapa kopi instan yang juga saat ini diproduksi di Kota Ternate diantaranya kopi rempah rempah Mm. Hanum, kopran

(kopi rempah) dan kopi rempah doho-doho. Ketatnya persaingan ini ditunjukkan dengan gencarnya cara yang dilakukan oleh masing-masing produsen kopi rempah untuk menarik perhatian calon konsumen. Oleh karena itu produsen kopi rempah *brand* Pakesang perlu mengetahui preferensi konsumen dalam menentukan pilihan suka atau tidak sukanya konsumen terhadap produk kopi rempah mereka.

Menurut Kotler (2008), harga adalah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sedangkan menurut Ratnaningrum (2016) mengatakan bahwa indikator harga meliputi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan dan perbandingan harga. Berdasarkan hasil survei dilapangan bahwa harga produk kopi rempah dari *Brand* Pakesang memiliki harga dengan kisaran antara 9.500-85.000 tergantung ukuran dan varian rasa yang dibeli oleh konsumen.

Hasil penelitian Sunarti (2018), yang menyatakan bahwa cita rasa mempunyai pengaruh yang paling kuat dibandingkan variabel iklan dan citra merek. Maka variabel cita rasa berpengaruh signifikan terhadap preferensi positif yang diberikan konsumen. Berdasarkan hasil survei dilapangan bahwa rasa kopi rempah ketika konsumen mengonsumsi produk kopi rempah *Brand* Pakesang dapat diketahui bahwa rasa tersebut dipengaruhi oleh varian rasa, tekstur, dan aroma dari rempah yang kuat. Kopi rempah *Brand* Pakesang yang diproduksi oleh Intima Home Industri saat ini sudah memiliki beberapa varian rasa, diantaranya kopi rempah varian original, kopi rempah varian *full cream*, dan kopi rempah varian *no sugar*.

Menurut Wang (2015) mengartikan preferensi merek adalah keyakinan konsumen bahwa satu merek lebih disukai dari merek sejenis lainnya. Sementara

Tsai, Chang and Ho (2015) mendefinisikan preferensi merek sebagai kesukaan atau pilihan membeli suatu merek tertentu yang diputuskan oleh pelanggan ketika mereka menghadapi jenis merek yang sama. Berdasarkan survei dilapangan kopi rempah dengan merek/*brand* Pakesang merupakan *brand* yang menjadi pelopor produksi kopi rempah di Maluku Utara, sehingga dapat memungkinkan kopi rempah dengan *Brand* ini lebih dikenal dikalangan konsumen dibandingkan merek baru yang mulai bermunculan.

Pada umumnya konsumen pertama kali tertarik membeli produk kemasan karena brand atau daya tarik kemasannya (APRINDO, 2015). Dalam hal ini, atribut kemasan berfungsi sebagai media komunikasi (Brody and Lord, 2000; Coles and Kirwan, 2011; Ambrose and Harris, 2011). Kemasan mempengaruhi preferensi dan keputusan pembelian konsumen (Butkeviciene, dkk., 2008). Berdasarkan hasil survei di lapangan kemasan juga mempengaruhi preferensi konsumen kopi rempah, kopi rempah dari *brand* Pakesang memiliki kemasan yang berbeda dengan merek kopi rempah lainnya. Kopi rempah *Brand* Pakesang memiliki beberapa varian untuk kemasan yang digunakan mulai dari kemasan dengan dus ukuran 135gr dan ukuran 450gr hingga kemasan dengan gelas cup untuk kopi rempah *brand* Pakesang.

Setiap individu memiliki preferensi yang berbeda dalam menentukan berbagai pilihan dalam memenuhi kebutuhannya. Preferensi konsumen merupakan hal penting dalam menentukan untung ruginya penjualan suatu produk. Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau konsumen tidak puas maka konsumen akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, hal ini akan menyebabkan penurunan

penjualan dan pada akibatnya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian (Supranto 1997).

Pengukuran tingkat preferensi konsumen berkaitan dengan pengukuran faktor-faktor yang membentuk sebuah preferensi konsumen. Pengukuran preferensi konsumen bermanfaat bagi pimpinan bisnis yaitu: mengetahui dengan baik bagaimana jalannya atau bekerjanya proses bisnis, mengetahui dimana harus melakukan perubahan dalam upaya melakukan perbaikan secara terus-menerus, terutama untuk hal-hal yang dianggap penting oleh para pelanggannya, dan menentukan apakah perubahan yang dilakukan mengarah perbaikan (Kotler, 2012).

Berdasarkan uraian-uraian diatas bahwa produk kopi rempah dari *brand* Pakesang merupakan kopi rempah pertama yang diproduksi dan dipasarkan di Kota Ternate dan juga pentingnya preferensi konsumen terhadap keberlangsungan produk kopi rempah dari *brand* Pakesang, maka alasan tersebut yang mendasari dilakukannya penelitian dengan judul “**Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Kopi Rempah *Brand* Pakesang di Kota Ternate**”

## **1.2. Rumusan Masalah**

1. Apakah faktor harga mempengaruhi preferensi konsumen terhadap produk kopi rempah *Brand* Pakesang?
2. Apakah faktor rasa mempengaruhi preferensi konsumen terhadap produk kopi rempah *Brand* Pakesang?
3. Apakah faktor merek mempengaruhi preferensi konsumen terhadap produk kopi rempah *Brand* Pakesang?

4. Apakah faktor kemasan mempengaruhi preferensi konsumen terhadap produk kopi rempah *Brand Pakesang*?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor harga terhadap preferensi konsumen produk kopi rempah *Brand Pakesang*
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor rasa terhadap preferensi konsumen produk kopi rempah *Brand Pakesang*
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor merek terhadap preferensi konsumen produk kopi rempah *Brand Pakesang*
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor kemasan terhadap preferensi konsumen produk kopi rempah *Brand Pakesang*

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang diperlukan dan dapat dipergunakan oleh pihak yang membutuhkannya.

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan pengalaman dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap kopi rempah *Brand Pakesang*.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan yang bermanfaat serta mampu mempermudah pengelola perusahaan dalam menetapkan langkah-

langkah operasional untuk mendapatkan preferensi yang baik dari konsumen dan dapat menghadapi persaingan pasar.

### 3. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya pada bidang yang sejenis.