

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia. Dimana Indonesia berada di urutan keempat setelah Brasil, Vietnam dan Kolombia. Kopi yang diproduksi di Indonesia menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2015 sampai 2017 cenderung mengalami peningkatan setiap tahunnya. Produksi pada tahun 2015 sekitar 602,37 ribu ton, pada tahun 2016 menjadi 632 ribu ton atau meningkat 4,92 persen. Pada tahun 2017 mencapai 636,7 ribu ton atau meningkat 0,74 persen dibandingkan dengan tahun 2016.

Indonesia juga merupakan salah satu negara dengan konsumsi kopi terbesar di dunia. Data *International Coffee Organization* (ICO) mencatat konsumsi kopi Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Konsumsi kopi pada tahun 2015 mencapai 4,3 juta kemasan 60 kg/lb (60 kg), pada tahun 2016 menjadi 4,5 juta kemasan 60 kg/lb (60 kg), dan pada tahun 2017 meningkat menjadi 4,6 juta kemasan 60 kg/lb (60 kg).

Produksi dan konsumsi kopi yang terus meningkat menjadi peluang bagi pelaku usaha yang menggunakan kopi sebagai bahan baku. Salah satunya yaitu usaha kedai kopi atau bisa juga disebut dengan *coffee shop*. Hal ini bisa dilihat dari perkembangan kedai kopi yang mulai menjamur di berbagai kota di Indonesia. Jenis usaha ini sangat strategis untuk dikembangkan karena produk kopi dapat dinikmati oleh laki – laki dan perempuan. Pada awalnya minum kopi hanya dilakukan oleh orang dewasa hingga usia lanjut tetapi dengan perkembangan zaman meminum kopi tidak didominasi lagi oleh orang-orang dewasa, tetapi lebih didominasi anak muda atau remaja dan bahkan bagi mereka, kopi adalah konsumsi harian dan merupakan minuman wajib sehari-hari. Selain itu, komoditas kopi di Indonesia menjadi komoditas pendukung perekonomian Indonesia. Faktor utamanya adalah Indonesia sebagai salah satu negara yang

merupakan penghasil dan pengekspor biji kopi terbesar di dunia. Fakta ini merupakan salah satu faktor utama yang mendorong perkembangan kedai kopi.

Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu provinsi yang sangat kaya akan budi daya tanaman kopi, hal ini dikarenakan kondisi geografis yang memadai. Menurut ketua Majelis Penasihat Perhimpunan Ekonomi Pertanian (Perhepi) menjelaskan bahwa Jawa Timur memiliki enam kawasan yang dikenal sebagai penghasil kopi sejak masa kolonial Belanda. Keenam kawasan itu adalah Ijen-Raung-Argopuro (Kabupaten Jember, Bondowoso, Banyuwangi, Situbondo), Kelud (Kabupaten Kediri, Blitar, dan Malang), Wilis (Kabupaten Madiun, Kediri, Trenggalek), Lawu (Kabupaten Magetan, Ngawi), Kawasan Pantura (Kabupaten Situbondo dan Probolinggo), serta Bromo-Tengger-Semeru (Kabupaten Lumajang, Malang, Probolinggo).

Salah satu kawasan yang dikenal sebagai penghasil kopi sejak masa kolonial Belanda yaitu kabupaten Lumajang. Berdasarkan data dari Dinas Pertanian Kabupaten Lumajang, bahwa hasil perkebunan kopi di wilayah Kabupaten Lumajang terdiri dari kopi robusta (*robusta coffee*) dan kopi arabika (*arabica coffee*). Untuk tahun 2017, produktifitas kopi di wilayah Kabupaten Lumajang untuk jenis kopi robusta (*robusta coffee*) sebanyak 490 kg/ha, sedangkan kopi arabika (*arabica coffee*) sebanyak 570 kg/ha (Dinas Pertanian, 2017). Potensi komoditi kopi yang besar dan kebiasaan masyarakat Kabupaten Lumajang memunculkan banyak usaha-usaha warung kopi. Dari yang sekelas warung pinggir jalan sampai dengan sekelas kafe. Dimana usaha – usaha ini dituntut untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara selalu berinovasi dalam menemukan ide-ide baru yang dapat menarik dan mempertahankan konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus mengetahui bauran pemasaran yang diinginkan oleh konsumen. Sehingga konsumen dapat memutuskan pembelian produk, hal ini dilakukan agar dapat membuat konsumennya merasa terpenuhi kebutuhannya dan dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Beberapa warung kopi yang ada di wilayah Kabupaten Lumajang ini sudah mempunyai ciri khas rasa, penyajian dan tampilan untuk warung kopinya. Salah satunya yaitu Senduro Coffee.

Senduro Coffee merupakan cafe yang menyediakan berbagai macam menu makanan dan minuman, dengan produk utama yaitu minuman dengan bahan dasar kopi. Kopi yang digunakan berasal dari petani daerah senduro itu sendiri dengan jenis kopi yang diproduksi yaitu robusta dan arabika. pada awalnya Senduro Coffee tidak di desain sebagai tempat ngopi atau kafe, melainkan sebagai tempat workshop di mana bisa digunakan sebagai tempat belajar cara menyeduh kopi dari awal sampai akhir. Selain itu Senduro Coffee juga sering digunakan sebagai tempat perlombaan cara menyeduh kopi. Sebelumnya, sang pemilik memang menjual berbagai jenis kopi bubuk asli Lumajang untuk dibawa pulang. Lambat laun karena tidak ingin mereka yang datang ke Senduro Coffee bosan menunggu, pemilik menambahkan beberapa kursi dan meja yang dibuat sendiri. Sehingga terbentuklah Senduro Coffee yang tidak hanya sebagai tempat belajar menyeduh kopi melainkan juga sebagai tempat ngopi.

Senduro Coffee tidak hanya menjual kopi kemasan melainkan juga menjual produk kopi yang bisa diseduh langsung di tempat dengan harga yang mulai dari Rp.5.000 sampai dengan Rp.15.000. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Senduro Coffee promosi yang dilakukan disana dirasa kurang, karena promosi yang dilakukan hanya melalui instagram dan dari mulut ke mulut. Senduro Coffee juga memiliki lokasi yang kurang strategis yaitu terletak di Desa Kandangtepus, Kecamatan Senduro, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur. Dimana lokasi tersebut berada di kaki gunung semeru yang merupakan dataran tinggi dan kurang padat penduduk, sehingga hal tersebut menyulitkan konsumen yang akan mengunjungi Senduro Coffee. Tetapi hal tersebut tidak membuat Senduro Coffee sepi akan konsumen, bahkan hampir setiap hari konsumen datang baik dari dalam kota maupun luar kota Lumajang.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik melakukan sebuah penelitian tentang “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Senduro Coffee Di Kabupaten Lumajang”, untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian pada Senduro Coffee.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah bauran pemasaran berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian pada Senduro Coffee di Kabupaten Lumajang ?
- b. Apakah bauran pemasaran berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Senduro Coffee di Kabupaten Lumajang ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh variabel produk, harga, tempat, dan promosi secara serempak terhadap keputusan pembelian pada Senduro Coffee di Kabupaten Lumajang,
- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh variabel produk, harga, tempat, dan promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Senduro Coffee di Kabupaten Lumajang.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai berikut:

- a. Bagi penulis  
Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian dan sebagai implementasi terhadap teori – teori yang telah dipelajari.
- b. Bagi Peneliti selanjutnya  
Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian – penelitian selanjutnya mengenai bauran pemasaran.

c. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi masukan bagi perusahaan untuk mengetahui variabel – variabel mana yang mempengaruhi keputusan pembelian yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen dan juga sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk dapat mempertahankan konsumennya.