

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan hasil perkebunan yang memiliki kandungan kafein yang dapat menciptakan perasaan segar, biasanya untuk mencegah rasa kantuk. Kopi memiliki banyak macam diantaranya robusta dan arabika. Kopi merupakan hasil perkebunan yang memiliki peran cukup penting bagi Devisa Negara karena merupakan kekayaan yang dimiliki oleh Indonesia yang dihasilkan dari perkebunannya selain teh, kakao dan gula. Kopi lebih banyak dimanfaatkan sebagai minuman penyegar baik di negara – negara pengekspor maupun pengimpor di seluruh dunia. Kopi diminum disetiap saat, tempat, dan acara – acara tertentu (seperti *coffee break*, kendurian dan lain sebagainya).

Era sekarang ini masyarakat penikmat kopi sangat banyak, dari segala usia, baik orang dewasa maupun orang lanjut usia sangat menggemari minuman kopi. Pada jaman dulu untuk minum kopi yaitu dengan cara diracik dari kopi bubuk, namun untuk sekarang cara minum kopi cukup praktis. Hal ini dikarenakan banyak sekali bermunculan kopi dalam kemasan instan, bahkan dalam kemasan siap minum.

Untuk itu banyak sekali bermunculan fenomena produsen – produsen yang melihat peluang usaha yang dihasilkan dari hasil olahan kopi tersebut, atau lebih tepatnya peluang usaha kedai minuman kopi olahan yang banyak dijumpai. Sehingga membuat mereka memikirkan ide - ide yang dapat membuat usaha ini banyak diminati yakni dengan mengusung tema yang tepat dan unik, dapat menjadi daya tarik yang tepat untuk menarik minat konsumen membeli/mengonsumsi minuman kopi olahan. Produk dari kopi – kopi pilihan yang ditawarkan, harga yang dipatok, dan kenyamanan tempat yang ditampilkan serta promosi yang dikemas secara baik adalah beberapa hal dapat yang mempengaruhi banyak masyarakat atau konsumen melakukan pengambilan keputusan pembelian dalam mengonsumsi kopi. Dalam melakukan keputusan pembelian, konsumen akan sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen itu sendiri. Perilaku konsumen tersebut dipengaruhi oleh karakteristik budaya, sosial,

pribadi, dan psikologi yang menjadi beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku seorang konsumen dalam mengkonsumsi minuman kopi olahan. Perilaku konsumen seperti ini sangatlah perlu untuk diperhatikan karena hal tersebut dapat menarik minat para konsumennya tersendiri.

Perilaku konsumen, seperti didefinisikan oleh Schiffman dan Kanuk (2000) dalam Prasetijo Ristiyanti, dkk. (2005:09), adalah “proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli menggunakan mengevaluasi, dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya”. Jadi, dapat dikatakan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana pembuatan keputusan (*decision units*), baik individu, kelompok ataupun organisasi, membuat keputusan – keputusan beli atau melakukan transaksi pembelian suatu produk dan mengkonsumsinya.

Pemahaman akan perilaku konsumen sangatlah bermanfaat untuk mengetahui bagaimana keputusan konsumen dalam mengkonsumsi kopi. Produsen dapat melihat bagaimana mengambil keputusan dalam menarik konsumen dengan berdasarkan variabel – variabel tersebut. Seorang produsen seharusnya dapat melihat peluang pasar, dan dapat memikirkan inovasi-inovasi yang tepat agar dapat mempertahankan usahanya.

Coffee Toffee adalah sebuah bisnis ritel minuman yang mengutamakan produk kopi cokelat dan teh. Pada awalnya *brand* ini memulai bisnisnya di Surabaya pada tahun 2006. Coffee Toffee mencoba menawarkan produk kopi yang mengutamakan aroma, rasa dan sensasi dari biji-biji terbaik, Arabica (Toraja Kalosi) dan Robusta (Java Mocha).

Coffee Toffee di Jember ini merupakan salah satu mitra dari Coffee Toffee yang berada di seluruh Indonesia. Coffee Toffee di Jember sendiri ini terletak di Jl. Trunojoyo Kelurahan Kepatihan Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember. Usaha olahan kopi ini baru berdiri sekitar akhir tahun 2014. Meskipun usaha ini baru berdiri, tetapi peminat atau konsumen dari Coffe Toffee ini sudah banyak. Sehingga Coffee Toffee memiliki tempat tersendiri terhadap masyarakat Jember khususnya bagi peminat kopi itu sendiri.

Tema bisnis Coffee Toffee adalah *Fun & Lifestyle*, hal ini bisa kita rasakan dari nuansa modern yang mereka munculkan dari tampilan gerai yang mereka miliki. Hal ini sejalan dengan target pasar yang mereka bidik yaitu pelajar, mahasiswa, pekerja kantoran dan eksekutif muda.

Coffee Toffee memiliki keunggulan yaitu, bahan dasar yang mereka gunakan merupakan produk sendiri, serta menggunakan bahan baku lokal terbaik hasil bumi pertiwi. Untuk itu tak heran jika banyak mitra Coffee Toffee yang merasa bangga bergabung dengan brand kebanggaan nasional ini. Dengan banyaknya usaha sejenis yang bermunculan terlebih dahulu maka Coffee Toffee dituntut untuk bisa melakukan hal yang bersifat pemberian inovasi-inovasi baru terhadap produk yang ditawarkan.

Tabel 1.1 Data Total Penjualan Produk Kopi Olahan di Coffee Toffee Kabupaten Jember

No	Bulan	Jumlah Penjualan (Rp)
1.	Januari	150.400.637
2.	Februari	175.042.646
3.	Maret	100.525.090
4.	April	275.550.540
5.	Mei	226.460.493
6.	Juni	212.310.727

Sumber Data: Coffee Toffee di Kabupaten Jember (2015)

Dari tabel 1.1 diatas terlihat terjadi kenaikan dan penurunan data total penjualan produk kopi olahan di Coffee Toffee ini. Kenaikan total penjualan produk kopi olahan di Coffee Toffee itu sendiri terjadi pada bulan April 2015 sebesar Rp.275.550.540. Data total penjualan terus mengalami penurunan hingga bulan Juni 2015 sebesar Rp.212.310.727. Walaupun mengalami penurunan dari total penjualan produk kopi olahan tersebut pelanggan atau konsumen dari Coffee Toffee tidak lantas pergi, tetapi mereka tetap setia untuk datang kembali di Coffee Toffee ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini berusaha mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen mengkonsumsi kopi olahan di Coffee Toffee Kabupaten Jember. Oleh karena itu, diambil judul penelitian **“FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGGONSUMSI KOPI OLAHAN DI COFFEE TOFFEE KABUPATEN JEMBER”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi secara serempak berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi kopi olahan di Coffe Toffe Kabupaten Jember?
2. Apakah variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi kopi olahan di Coffe Toffe Kabupaten Jember?
3. Variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi kopi olahan di Coffe Toffe Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dapat ditentukan tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis dan menguji variabel budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi secara serempak berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi kopi olahan di Coffe Toffe Kabupaten Jember.
2. Menganalisis dan menguji variabel budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi kopi olahan di Coffe Toffe Kabupaten Jember.

3. Untuk mengetahui variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi mana yang paling dominan berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi kopi olahan di Coffe Toffe Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada tujuan yang telah ditetapkan, maka dari hasil penelitian ini diharapkan sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat dijadikan refrensi untuk meningkatkan promosi usaha guna menjadikan pertimbangan yang kuat bagi konsumen untuk melakukan keputusan mengkonsumsi kopi olahan di Cafe Coffe Toffe Kabupaten Jember.
2. Bagi peneliti, dapat menambah wawasan serta pengetahuan dan dapat menerapkannya dalam lapang pengetahuan yang telah diperoleh.
3. Bagi penelitian yang akan datang, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan refrensi untuk penelitian yang selanjutnya.

