

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teh (*Camellia sinensis*) adalah minuman yang dihasilkan dari pengolahan daun pucuk muda tanaman teh. Salah satu jenis teh adalah teh hijau, merupakan jenis teh yang tidak mengalami fermentasi sehingga kandungan nutrisi didalamnya tidak banyak yang hilang. Seiring berkembangnya teknologi terdapat inovasi produk teh dalam kemasan celup. Inovasi ini semakin memudahkan konsumen untuk mengonsumsi teh. Teh hijau merupakan teh yang sangat populer dan mudah dijumpai di Indonesia. Konsumen teh hijau di Indonesia mencapai 12.980 ton pada Tahun 2013 (*Food and Agriculture Organization of The United Nations/FAO*, 2015). Teh hijau merupakan komoditas pertanian yang harganya relatif tidak mahal, serta manfaatnya yang baik untuk kesehatan yaitu mencegah kanker dan teh hijau dapat dikonsumsi oleh semua golongan masyarakat (Syah, 2006). Teh hijau celup dipilih konsumen sebagai minuman teman makan dan bersantai karena kemasannya yang praktis. Teh hijau menduduki peringkat ketiga sebagai minuman yang paling banyak dikonsumsi sebesar 15% setelah air mineral dan teh hitam. Serta 10% dari 15% total konsumen teh hijau memilih teh hijau dalam kemasan celup (Swasembada Media Bisnis/SWA, 2014).

Peningkatan jumlah permintaan pada pasar menjadi indikator meningkatnya jumlah konsumen teh hijau celup. Permintaan produk teh hijau

celup berkaitan erat dengan pendapatan konsumen, konsumsi barang pelengkap/gula, jumlah anggota keluarga konsumen, dan selera konsumen. Oleh karena itu perlu dianalisis sehingga dapat diketahui faktor-faktor tersebut berpengaruh atau tidak terhadap permintaan konsumen teh hijau celup. Kenaikan biaya produksi akibat dari peningkatan kualitas produk menyebabkan harga jual teh hijau celup meningkat di pasar. Oleh karena itu perlu juga dianalisis nilai kesediaan membayar konsumen terhadap teh hijau celup (*Willingness To Pay*).

Keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk adalah tempat produksi yang dekat dengan tempat tinggal konsumen (Tjiptono, 2006). Kecamatan Tegal Barat terdapat industri teh hijau celup yang telah mendapatkan beberapa penghargaan, antara lain sebagai superbrand pada Tahun 2011, merek teh hijau terfavorit di Indonesia pada Tahun 2010 dan penghargaan emas oleh merek Indonesia pada Tahun 2014. Kelurahan Kraton merupakan Kelurahan terpadat di Kecamatan Tegal Barat, dengan total penduduk 15.230 orang (BPS, 2015). Oleh karena itu penelitian dilakukan di Kelurahan Kraton, Kecamatan Tegal Barat.

Hakikatnya setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda (Nuraini, 2007). Setiap kepala keluarga memiliki pendapatan, jumlah konsumsi barang pelengkap/gula, jumlah anggota keluarga, selera konsumen dan pendidikan yang berbeda-beda sehingga dapat mempengaruhi permintaan dan besar nilai kesediaan membayar konsumen teh hijau celup. Oleh karena itu perlu dianalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan teh hijau celup dan nilai kesediaan membayar meliputi pendapatan, jumlah konsumsi barang pelengkap/gula, jumlah anggota keluarga, selera konsumen dan pendidikan.

1.2 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pendapatan konsumen, konsumsi barang pelengkap/gula, jumlah anggota keluarga konsumen dan selera konsumen teh hijau celup.
2. Mengetahui jumlah permintaan konsumen teh hijau celup.
3. Mengetahui nilai kesediaan membayar konsumen (*Willingness To Pay/WTP*) teh hijau celup.
4. Menganalisis pengaruh pendapatan, konsumsi barang pelengkap/gula, jumlah anggota keluarga dan selera konsumen terhadap permintaan konsumen teh hijau celup.
5. Menganalisis pengaruh pendidikan, pendapatan, dan selera konsumen terhadap WTP teh hijau celup.

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi pihak antara lain :

1. Bagi Produsen sebagai pengetahuan tentang faktor yang mempengaruhi permintaan dan kesediaan membayar konsumen pada teh hijau celup.
2. Bagi Ilmuwan/Peneliti sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.3 Hipotesis

Diduga secara serempak dan parsial terdapat pengaruh tingkat pendapatan, pendidikan, konsumsi barang pelengkap/gula, jumlah anggota keluarga, dan selera konsumen terhadap permintaan dan kesediaan membayar konsumen (*Willingness To Pay/WTP*) pada teh hijau celup.