

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kopi Robusta (*Coffea canephora*) merupakan salah satu produk agroindustri pangan yang digemari oleh masyarakat. Hal ini disebabkan karena kopi jenis robusta memiliki aroma dan cita rasa khas yang tidak dimiliki oleh bahan minuman lainnya. Keberadaan kopi sudah menjadi salah satu bagian dari kehidupan sehari-hari baik di Indonesia dan mancanegara. Menurut Widyotomo (2012), kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan tradisional yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Peran tersebut antara lain sebagai sumber perolehan devisa, penyedia lapangan kerja, dan sebagai sumber pendapatan bagi petani pekebun kopi maupun pelaku ekonomi lainnya yang terlibat dalam budidaya, pengolahan, maupun dalam mata rantai pemasaran.

Indonesia menjadi salah satu Negara penghasil kopi di dunia dengan total produksi kopi pada tahun 2016 sebesar 663.781 ton dan meningkat hingga 717.962 ton pada tahun 2017 (Direktorat Jendral Perkebunan, 2018). Selain itu, Indonesia juga sebagai Negara eksportir ke empat terbesar di dunia untuk komoditi kopi, dengan peran rata-rata sebesar 5,87% terhadap total ekspor dunia. Brazil menempati posisi pertama dengan peran rata-rata sebesar 38.30%, diikuti dengan Vietnam sebesar 16,86% dan Colombia sebesar 13,29% (ICO, 2015).

Agroindustri kopi memiliki peluang yang cukup tinggi untuk dikembangkan di Indonesia, karena memiliki prospek besar dipasar domestik dan internasional,

permasalahan yang dialami agroindustri kopi saat ini sangat kompleks, antara lain kualitas dan kontinuitas bahan baku kopi yang kurang terjamin, teknik budidaya yang masih sederhana, kurangnya ketersediaan sarana dan prasarana agroindustri, jaringan pemasaran kopi yang belum terkelola dengan baik, dan kualitas SDM yang kurang memadai (Hariyati, 2013).

Gabungan Kelompok Tani Gunung Kelir merupakan gabungan kelompok petani yang melakukan budidaya kopi sebagai salah satu usaha tani. Kelompok tani tersebut menjalankan semua aspek dari hulu sampai ke hilir yang bergerak dibidang budidaya sampai ke pemasaran dan distribusi. Salah satu rantai distribusi pemasaran adalah melalui kedai yang berada di Dusun Sirap, Desa Kelurahan, Kecamatan Jambu. Menunjang peningkatan pendapatan Gapoktan Gunung Kelir usaha kedai kopi diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Kelompok tani tersebut dalam merencanakan dan menentukan strategi pemasaran yang tepat perlu memperhatikan aspek-aspek bauran pemasaran (4P) yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Kesalahan dalam perencanaan strategi pemasaran akan berdampak besar pada menurunnya penjualan. Usaha untuk menjadikan konsumen menjadi loyal merupakan menjadi tantangan bagi Kedai kopi ini karena konsumen yang menjadi loyal terhadap produk atau tempat ini akan datang kembali dan melakukan pembelian ulang serta juga merekomendasikan kepada orang lain, sehingga dapat mengetahui keinginan konsumen dan meningkatkan penjualan produk kopi kelir.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis aspek bauran pemasaran yang meliputi strategi produk, harga, tempat, dan strategi promosi pada pemasaran produk kopi kelir di Gabungan Kelompok Tani Gunung Kelir Kabupaten Semarang
2. Menganalisis loyalitas konsumen produk kopi kelir di Gabungan Kelompok Tani Gunung Kelir Kabupaten Semarang
3. Menganalisis pengaruh aspek bauran pemasaran yang terdiri dari strategi produk, harga, tempat, dan promosi terhadap loyalitas konsumen kopi kelir di Gabungan kelompok tani Gunung Kelir Kabupaten Semarang

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Gapoktan
Manfaat penelitian bagi Gapoktan yaitu mendapatkan informasi mengenai pengaruh aspek bauran pemasaran pada produk kopi tersebut terhadap loyalitas konsumen agar Gapoktan bisa membuat perencanaan pemasaran kopi dengan lebih baik.
2. Bagi Pemerintah
Manfaat penelitian bagi Pemerintah yaitu mendapatkan informasi tentang aspek-aspek bauran pemasaran yang menjadikan daya tarik konsumen terhadap produk tersebut. Informasi tersebut dapat digunakan sebagai acuan

untuk pengembangan desa wisata dan edukasi kopi seperti yang dicitakan pemerintah setempat.

3. Bagi Peneliti

Manfaat Penelitian bagi penulis yaitu sebagai sumber informasi untuk menulis skripsi dan melakukan penelitian selanjutnya. serta dapat mengetahui cara pemasaran produk di lokasi penelitian, mengetahui perilaku konsumen dan mengetahui perencanaan strategi pemasaran yang dilakukan.

1.5. Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini adalah :

1. Diduga produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh secara serempak terhadap loyalitas konsumen Kopi Kelir.
2. Diduga produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen di Kopi Kelir.