

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan kopi baik di dunia maupun di Indonesia semakin hari semakin diminati oleh banyak orang baik dari kalangan remaja maupun orang dewasa. Hal ini dikarenakan kopi mempunyai arti kebutuhan tersendiri bagi orang-orang yang membutuhkan dan akan menjadi pilihan untuk menemani aktifitas sehari-hari. Dengan inovasi terbaru kopi yang dikelola oleh para petani dilanjutkan ke tangan *roaster* dan mesin roasting. Seorang roaster akan menjadi penentuan rasa kopi yang nikmat bukan sampai disitu untuk mendapatkan cita rasa kopi yang enak juga ditentukan oleh orang-orang ahli kopi yang biasa disebut dengan barista.

Kopi berasal dari kata *qahwa* yang diambil dari frasa arab yang berarti kekuatan. Dimana pada masa itu, mencicipi kopi identik dengan menghasilkan energi yang baik bagi tubuh. Dalam perkembangan yang terjadi kata *qahwa* digantikan dengan kata *kahve* diambil dari bahasa Turki yang mempunyai arti yang sama dengan *qahwa*. Kemudian kata *kahve* dilanjutkan dengan kata *koffie* yang sampai sekarang masih kita gunakan. Dan alasan orang Indonesia mengadopsi kata *koffie* menjadi kopi dikarenakan pada saat Belanda menjajahi Indonesia, orang Belanda sering menyebutnya di acara minum kopi bersama.

Sejarah kopi sangatlah panjang dan banyak keunikan kopi yang belum diketahui oleh banyak orang maka dari itu dengan skripsi ini peneliti ingin menyampaikan apa yang peneliti ketahui dan membagi informasi yang peneliti dapat dari banyak referensi dan dari orang-orang yang peneliti temui dan menjadi pelanggan saya tentang arti kopi sesungguhnya. Sejarah kopi berasal dari Afrika, berkembang di Arab dan menyebar ke Eropa, Mediterania, dan India. Kopi menjadi lebih dikenal banyak orang ketika Brazil mulai membudidayakan sampai menggunakan teknologi yang lebih canggih. Pada awalnya harga kopi sangatlah mahal oleh sebab itu kopi di Brazil hanya bisa dinikmati oleh kalangan *elite* saja.

Bisa dibbilang pemerintah Brazil sangatlah pintar untuk memajukan kopi di negaranya, pada saat itu pemerintah memerintahkan agen khusus bernama Fransisco De Melo Palheta. Palheta berhasil membawa pulang satu buket biji kopi dari caranya mendekati istri gubernur Perancis. Bibit kopi tersebut dibudidayakan dan hasilnya Brazil menjadi salah-satu perkebunan kopi terbesar di dunia. Cerita panjang perkembangan kopi dunia banyak membawa dampak budaya yang mengikutinya. Di zaman sekarang dalam pergaulan sehari-hari ketika berkumpul bisa dibbilang tanpa kopi ada sesuatu yang yang tidak lengkap karena kopi merupakan teman sejati yang bisa membawa kehangatan dalam suatu pertemuan dan kopi juga menjadi pelarian dari melepaskan penat.

Kita sebagai penikmat kopi ataupun hanya sekedar mengkonsumsi kopi sebagai keinginan semata akan mengerti perkembangan kopi dengan melihat banyak kedai kopi atau cafe-cafe yang banyak bermunculan di berbagai tempat yang ada di belahan bumi ini. Tidak hanya dengan menjual kopi saja akan tetapi banyak yang menjual suasana, interior, kenyamanan, yang dipadukan dengan nuansa *live music* yang memenangkan hati para *customer*-nya. Sangat tidak dibayangkan memang perkembangan kopi yang pada awalnya hanya diminati oleh para penggembala kambing hingga sekarang sudah menjadi kebutuhan khusus bagi banyak umat manusia hingga masa sekarang.

Kopi yang biasa dijual di seluruh dunia biasanya campuran dari yang disangrai atau di-*roasting* menggunakan alat panggang dari dua varietas pohon kopi yaitu *Arabica* dan *Robusta*. Untuk perbedaan yang sangat signifikan sangat jelas terlihat dari rasa dan tingkat kafeinnya. Dan untuk kopi *Arabica* terkenal dengan harga yang selangit dibandingkan dengan harga kopi *Robusta* yang lebih murah. Untuk harganya juga *Arabica* lebih stabil dikarenakan proses yang dilalui oleh kopi *Arabica* sendiri lebih panjang karena melalui proses panen yang lebih teliti karena jenis *Arabica* berbeda tempat yang ditumbuhi akan berbeda juga rasa yang dihasilkan.

Kopi jenis *Arabica* hanya bisa hidup di dataran tinggi dengan suhu yang cukup rendah yaitu 14-24 derajat *celcius*. Dan hasil panen tidak sebanyak kopi *Robusta*. Keunikan kopi *Arabica* yang lainnya terletak pada wangi seperti buah-buahan atau bunga-bunga. Beberapa disertai aroma kacang-kacangan. Rasanya juga lebih halus dan lebih penuh. Ini adalah alasan kenapa harga kopi *Arabica* lebih mahal. Jenis-jenis kopi *Arabica* yang terkenal di Indonesia adalah kopi Gayo, Toraja, Wamena, dan kopi Flores Bajawa yang terkenal dengan cita rasa yang kuat. Dengan ciri khas dari kopi Flores Bajawa adalah perpaduan aroma *nutty* dan tembakaunya, bentuknya yang tebal dengan *acidity* yang seimbang menciptakan kenikmatan tersendiri. Keunikan dari cita rasa kopi *Arabica* Bajawa terletak pada cara budidaya yang organik dan ditanam yang mengandung abu gunung berapi.

Cara organik yang dilakukan dan penggunaan pupuk alami dan tanpa pestisida membuat aroma-aroma yang alami. Karakter kopi Flores Bajawa tidak sama dengan kopi-kopi Nusantara lainnya. Untuk mendapatkan kopi dari Bajawa pun tidak perlu jauh-jauh harus ke Flores, karena sudah banyak kedai ataupun *cafe* yang menjual kopi Bajawa tinggal dari kita mau diproses atau diseduh dengan cara yang kita mau. Pada umumnya, orang yang sudah terbiasa dan sering mencicipi berbagai jenis kopi *Arabica* lebih cenderung selektif dalam memilih kopi yang nikmat. Setiap pecinta kopi juga berbeda-beda selera ada yang lebih suka pahit dan ada yang suka juga lebih kompleks, seperti ada pepatah kopi yang mengatakan bahwa "*De gustibus non est disputandum*" selera bukanlah sesuatu yang bisa diperdebatkan.

Morgan dan Hunt (1994) mendefinisikan kepercayaan sebagai keinginan untuk tetap mempertahankan pertukaran karena dipercaya. Inti dari kepercayaan yaitu keyakinan, dimana keyakinan ini timbul karena kedua belah pihak percaya bahwa keduanya akan bersifat dapat dipercaya, memiliki integritas tinggi, konsisten, kompeten, adil, bertanggung jawab, suka membantu dan dampak positif lainnya. Tidak semua *cafe* atau kedai yang menjual kopi flores bajawa hal ini dikarenakan belum banyak *supplier* yang mempunyai *sales* untuk mempromosi di daerah Jawa. Dan walaupun ada beberapa *supplier* yang sudah masuk dan bekerja

sama dengan *cafe*, kedai ataupun roaster yang ada di Jawa mereka beranggapan kalau *supplier*-nya tidak konsisten dalam mempertahankan kualitas kopinya. Dalam hal pelayanan banyak mendapatkan keluhan keterlambatan pengiriman dan ketika sampai kopinya tidak sesuai dengan harapan, mulai dari packing yang rusak sampai dengan rasa yang aneh dari kopinya. Dengan kejadian seperti ini membuat *customer* merasa kecewa dan tidak percaya lagi dengan kopi flores Bajawa, jadi bukan hanya tidak percaya dengan *supplier* yang memproduksi kopinya tapi pandangan *customer* tentang kopi Bajawa akan menjadi buruk sedangkan *supplier* kopi Bajawa sendiri yang memproduksi kopi Bajawa untuk sekarang ada 3 agen yang berada di Bajawa, pulau Flores, Nusa Tenggara Timur.

Kopi Flores Bajawa menjadi *booming* dikarenakan jarak yang jauh dari daerah Jawa, tetapi harganya terbilang relatif murah dengan kualitas yang tidak kalah dengan kopi Nusantara Lainnya. Pulau Flores terletak di provinsi Nusa Tenggara Timur dan berada diantara gugusan kepulauan Sunda Kecil bersama Bali dan Nusa Tenggara Barat. Pulau Flores diambil dari bahasa Portugis yang berarti bunga. Menurut Swastha (2003:241) Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen atau pembeli untuk mendapatkan produk yang ditawarkan oleh penjual. Penetapan harga jual harus disesuaikan dengan daya beli konsumen yang dituju dan dengan mempertimbangkan faktor biaya, laba, pesaing, dan perubahan keinginan pasar. Sekarang cukup banyak yang mencoba mempromosi kopi Bajawa akan tetapi sudah menjadi tangan kedua dengan harga yang dijual cukup tinggi, karena untuk orang asli Bajawa tidak banyak yang mau mempromosi atau ingin mengembangkan kopi Bajawa.

Menurut Suryana (2001:112) Promosi adalah cara mengkomunikasi kan barang dan jasa yang di tawarkan supaya konsumen mengenal dan membeli. Menjadi distributor merupakan pekerjaan yang bisa dikatakan cukup mudah akan tetapi masalahnya adalah ketika *supplier* atau petani yang memproduksi kopinya tidak dapat memproduksi kopi dengan baik dan benar dari situ yang akan disalahkan adalah seorang distributor karena orang yang bertemu langsung dengan *customer* adalah distributornya. Banyak cara mempromosi kopi yang dilakukan

distributor, salah satunya adalah dengan cara bermain sosial media, akan tetapi juga banyak yang salah menggunakan media soial diantaranya adalah hanya menunjukan kopi yang dijual akan tetapi tidak ada testimoni yang menunjukan hubungan akrab antara distributornya dengan *customer* yang sudah menerima kopinya.

Setiap pembisnis tidak akan pernah mau rugi akan tetapi sudah menjadi takdir untuk pembisnis yang dimana sulit untuk menghindar dari namanya kerugian hal ini disebabkan oleh banyak faktor salah satunya adalah dikarenakan lawan bisnis yang mempunyai hati yang tidak sesuai dengan etika bisnis pada umumnya. Dalam dunia perkopian juga sering dijumpai masalah penipuan yang melanda para supplier green bean dimana sistem *Cash on Delivery* (COD) yang dipakai tidak mempunyai ikatan kontrak yang jelas, dari sini banyak kasus yang merugikan para *supplier*. Penipuan dari penerima kopi mereka seenaknya mengatakan kopi jelek ketika barang sampai di tangan mereka, dari situ hanya ada dua kemungkinan yaitu harga yang diturunkan akan tetapi tetap diambil kopinya ataupun kopinya diancam untuk tidak diterima dan hal ini paling ditakutkan bagi para *supplier* dikarenakan ongkos kirim kopi yang terbilang cukup mahal akan membuat *supplier* mendapatkan kerugian yang cukup besar.

Disisi lain seorang pembisnis kopi atau lebih tepatnya *supplier* kopi *green baen* haruslah berani dikarenakan hukum bisnis sendiri yang mengatakan bahwa semakin banyak konsumen atau *customer*-nya, disitu letak kemajuan bisnisnya ke arah yang semakin baik. Menurut Schiffman dan Kanuk (2007), kualitas produk adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau ciri pada setiap produknya sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut. Dengan godaan ketika mendapatkan *customer* yang banyak yang biasa terjadi adalah *supplier* ini mulai memikirkan hanya bagaimana mendapatkan *profit* yang besar akan tetapi tidak banyak yang memikirkan bagaimana tetap menjaga kepercayaan *customer* dengan konsisten menjaga kualitas produk. Ketika permintaan mulai banyak dan ketika itu juga kopi yang dipanen kemungkinan tidak sanggup untuk memenuhi permintaan yang datang dan hal ini tergantung dari *supplier* yang mau

tetap menerima permintaan dengan memaksakan keadaan dan berusaha mencari cara untuk memenuhi permintaan atau sebaliknya *supplier* dengan tegas menolak permintaan baru yang datang dan tetap fokus dengan *customer* lama tetapi *supplier* dengan fokus dan berusaha menjaga kualitas kopinya. Hal ini dikarenakan kopi tidak seperti hasil bumi pada umumnya yang gampang diproduksi tetapi kopi harus dengan teliti dan benar-benar sabar untuk melalui prosesnya.

Ada cerita kopi yang sangat panjang sebelum akhirnya sampai pada cangkir atau gelas baik yang diseduh oleh Barista ataupun dengan seduhan sendiri di rumah. Proses itu sendiri dimulai dari pemanenan, penjemuran, penyangraian, hingga penyeduhan sampai jadi minuman kopi dengan berbagai campuran ataupun kopi murni dengan rasa yang mantap. Berdasarkan uraian diatas peneliti ingin menjelaskan lebih lanjut bagaimana menjaga kualitas produk, cara mempromosi baik dan benar, menetapkan harga yang sesuai dengan pasar, dan yang terakhir selalu menjaga kepercayaan dengan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya. Penelitian ini ada dikarenakan peneliti mendapatkan informasi tentang supplier kopi Bajawa yang sebelumnya tidak memperhatikan yang seharusnya cara melayani *customer*. Jadi peneliti ingin mencari informasi lebih untuk mendapatkan dasar atau acuan untuk mengembangkan kopi Flores Bajawa agar lebih dikenal banyak masyarakat baik untuk pecinta kopi maupun bagi kaum awam yang ingin mengetahui tentang keunikan kopi Nusantara.

## **1.2 Perumusan Masalah**

- 1.2.1 Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kopi *green bean* Bajawa di kota Malang?
- 1.2.2 Apakah ada pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian kopi *green bean* Bajawa di kota Malang?
- 1.2.3 Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kopi *green bean* Bajawa di kota Malang?
- 1.2.4 Apakah ada pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian kopi *green bean* Bajawa di kota Malang?
- 1.2.5 Apakah ada pengaruh kualitas produk, promosi, harga dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian kopi *green bean* Bajawa di kota Malang?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

- 1.3.1 Untuk menganalisis adanya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kopi *green bean* Bajawa di kota Malang.
- 1.3.2 Untuk menganalisis adanya pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian kopi *green bean* Bajawa di kota Malang.
- 1.3.3 Untuk menganalisis adanya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kopi *green bean* Bajawa di kota Malang.
- 1.3.4 Untuk menganalisis adanya pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian kopi *green bean* Bajawa di kota Malang.
- 1.3.5 Untuk menganalisis adanya pengaruh kualitas produk, promosi, harga, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian kopi *green bean* Bajawa yang ada di kota Malang.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi terbaru tentang perkembangan kopi di Indonesia sebagai dasar pengenalan untuk masyarakat yang ingin mengetahui lebih jauh tentang kopi yang ada di Nusantara.
2. Penelitian ini bermanfaat untuk *supplier* kopi mengetahui cara pemasaran yang lebih baik dengan mengikuti perkembangan zaman.
3. Penelitian ini dapat memberi pendapat dan saran untuk ahli kopi memberi inovasi terbaru dari kopi yang ada di Indonesia maupun luar negeri.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini berguna untuk peneliti mengetahui dasar-dasar pemasaran yang baik dan benar.
2. Penelitian ini dapat berguna untuk mendapatkan informasi perilaku konsumen yang berbeda-beda.
3. Peneliti ingin lebih banyak mengetahui tentang keunikan yang ada di kopi.