

## I. PENDAHULUAN

### A Latar Belakang dan Masalah

Negara Indonesia memiliki salah satu tanaman perkebunan yang mampu bersaing dari negara lain yaitu tanaman kopi. Dari 10 negara penghasil kopi di dunia, Indonesia merupakan produsen kopi terbesar keempat di dunia setelah Brazil, Vietnam, dan Columbia. Kopi merupakan salah satu tanaman perkebunan yang sangat penting sebagai sumber devisa negara dimana Indonesia menyumbang sekitar 6 persen dari produksi total kopi dunia, dan merupakan pengeksport kopi terbesar keempat dunia dengan pangsa pasar sekitar 11 persen di dunia (Raharjo, 2013). Sebagai salah satu negara pengeksport kopi dunia, Indonesia memiliki peluang yang cukup tinggi untuk lebih meningkatkan volume ekspor kopi. Hal ini dapat dilihat dari segi konsumsi kopi dunia yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Data konsumsi kopi di dunia mulai dari tahun 2008-2012 disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Konsumsi kopi dunia, tahun 2008-2012

Tahun	Konsumsi (Kg)	Perkembangan (%)
2008	2.311.620.000	-
2009	2.419.500.000	4,67
2010	2.512.380.000	3,84
2011	2.564.700.000	2,08
2012	2.621.640.000	2,22
Rata-rata	2.485.968.000	3,20

Sumber: *International Coffe Organization, 2013*

Pada Tabel 1 terlihat bahwa nilai persentase perkembangan kopi di dunia dari tahun ke tahun mengalami penurunan. Namun, perkembangan tersebut akan menjadi peluang bagi negara produsen kopi di Indonesia, karena tingkat konsumsi kopi di dunia tetap meningkat setiap tahunnya.

Peningkatan volume ekspor kopi di Indonesia dapat didukung oleh luas lahan kopi di Indonesia yang mencapai 1.292.965 ha pada tahun 2011. Lahan ini terdiri dari tanaman belum menghasilkan (TBM) sebesar 944.118 ha dan tanaman telah menghasilkan (TTM) sebesar 152.902 ha (Direktorat Jendral Perkebunan, 2012). Namun, lahan kopi di Indonesia belum mampu menghasilkan produktivitas kopi yang maksimal. Produktivitas kopi Indonesia masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan negara produsen kopi lainnya, rata-rata hanya sebesar 980 kg/ha/tahun atau 66 persen dari potensi produktivitasnya, sedangkan produktivitas negara Vietnam rata-rata telah mencapai 2.000 kg/ha/tahun, Columbia rata-rata mencapai 1.220 kg/ha/tahun, dan Brazil rata-rata mencapai 1.500 kg/ha/tahun (Dinas Perkebunan Provinsi Lampung, 2013).

Peningkatan konsumsi kopi domestik di Indonesia disebabkan jumlah penduduk yang terus meningkat setiap tahunnya, juga didukung dengan pola sosial masyarakat dalam mengkonsumsi kopi, ditunjang dengan harga yang terjangkau, dan kepraktisan dalam penyajian serta keragaman rasa/citarasa yang sesuai dengan selera konsumen. Selain itu, kenaikan konsumsi disebabkan oleh pendapatan yang terus meningkat (Susila, 2005). Data

mengenai konsumsi kopi di Indonesia mulai dari tahun 2010-2012 disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Konsumsi kopi Indonesia tahun 2010-2012

No	Tahun	Jumlah penduduk (jiwa)	Kebutuhan kopi (kilogram)	Konsumsi kopi (kg/kapita/tahun)
1	2010	237.000.000	190.000.000	0,80
2	2011	241.000.000	210.000.000	0,87
3	2012	245.000.000	230.000.000	0,94

Sumber: Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI), 2013

Tabel 2 menyatakan bahwa meningkatnya jumlah penduduk dan kebutuhan kopi setiap tahun, akan meningkatkan kebutuhan konsumsi perkapita kopi setiap tahun. Namun, angka peningkatan kebutuhan kopi dan konsumsi kopi di Indonesia masih sangat jauh dibandingkan dengan konsumsi masyarakat di negara-negara lainnya.

Assosiasi Ekonomi Kopi Indonesia (2010) menyatakan bahwa, konsumsi kopi di Indonesia mencapai 0,9 Kg/kapita/ tahun. Angka ini sangat kecil jika dibandingkan dengan permintaan kopi untuk konsumsi masyarakat di negara-negara Amerika Latin dan Eropa seperti Brazil, Mexico, Jerman, Italia dan negara lainnya. Sementara itu, konsumsi kopi masyarakat di Brazil sebesar 5,80 Kg/ kapita/ tahun, Kanada 6,30 Kg/kapita/ tahun, Mexico 1,20 Kg/kapita/tahun, Austria 6,4 Kg/kapita/tahun, Prancis 5,7 Kg/kapita/tahun, Jerman 6,8 Kg/kapita/tahun, Italia 5,8 Kg/kapita/tahun, dan Norwegia 9,2 Kg/kapita/tahun. Selain itu, permintaan kopi untuk dikonsumsi di Indonesia masih sangat rendah dibandingkan dengan permintaan masyarakat terhadap kopi di negara-negara Afrika, bahkan Asia seperti Malaysia. Dengan

demikian, permintaan kopi untuk konsumsi di Indonesia, jika dibandingkan dengan negara-negara lain sebagai produsen kopi, relatif sangat rendah. Oleh karena itu, perlu dicari upaya-upaya untuk meningkatkan konsumsi kopi di Indonesia pada masa yang akan datang.

Kopi merupakan salah satu tanaman perkebunan yang mempunyai nilai ekonomi dan permintaan yang cukup tinggi. Untuk mendapatkan nilai ekonomi yang lebih tinggi, hasil olahan kopi berupa kopi bubuk memberikan keuntungan yang lebih tinggi dalam bisnis kopi. Kopi bubuk adalah bahan baku yang digunakan untuk membuat minuman yang paling populer di dunia. Selain itu, banyak ahli yang mengungkapkan kopi memiliki manfaat yang sangat baik bagi kesehatan tubuh jika dikonsumsi secara tepat. Konsumsi kopi beberapa cangkir sehari dapat mengurangi risiko diabetes tipe 2, pembentukan batu ginjal, kanker usus besar, penyakit Parkinson, kerusakan fungsi hati (sirosis), penyakit jantung serta menghambat penurunan daya kognitif otak.

Provinsi Lampung merupakan salah satu daerah yang memiliki berbagai jenis atau merek kopi. Data AEKI (Asosiasi Eksportir Kopi Lampung) Lampung (2002) menunjukkan bahwa tingkat konsumsi kopi bubuk pertahun selama kurun waktu enam tahun mengalami peningkatan rata-rata sebesar 4.368,10 ton pertahun, sedangkan tingkat konsumsi kopi bubuk perkapita adalah 0,60 kilogram pertahun dengan jumlah penduduk 7.536.656 jiwa. Menurut Depperindag Kodya Tingkat II Bandar Lampung (2001), terdapat 10 perusahaan kopi bubuk yang berkembang di Bandar Lampung, salah satunya

adalah kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia. Kopi bubuk SB-CBD merupakan salah satu kopi bubuk tertua di Lampung yang dirintis sejak tahun 1911, sehingga kopi bubuk ini telah banyak dikenal masyarakat Lampung dan juga sudah mulai dikenal oleh masyarakat di luar daerah Lampung seperti Jakarta.

Kopi bubuk SB-CBD menggunakan kopi murni jenis robusta. Perusahaan SB-CBD menggunakan kopi robusta karena kopi ini memiliki rasa pahit yang cukup tinggi dan lebih banyak mengandung kafein. Kandungan kafein pada kopi robusta sebesar 1,6-2,4 persen, sedangkan kopi arabika memiliki kadar kafein sebesar 0,9-1,2. Dalam mengukur rasa pahit pada kopi, dapat dilihat pada kandungan kafein pada masing-masing jenis kopi. Semakin tinggi kafein kopi, maka semakin tinggi rasa pahit pada kopi tersebut (Clarke dan Macrae, 1987). Selain itu, kopi jenis robusta cukup mudah diperoleh di daerah Lampung karena Provinsi Lampung mempunyai iklim dan kondisi tanah yang baik untuk pertumbuhan kopi robusta, sehingga produksi kopi jenis robusta jauh lebih tinggi dibandingkan dengan kopi jenis arabika. Perusahaan SB-CBD memperoleh kopi yang berasal dari tiga daerah yaitu daerah Pagar Alam, Tanggamus, dan Liwa.

Kopi bubuk SB-CBD merupakan kopi bubuk yang memiliki kualitas tinggi terutama dari cita rasa kopinya. Pada tahun 1911, perusahaan SB-CBD menggunakan alat penggorengan kopi buatan sendiri. Penggorengan kopi dilakukan di wadah berbentuk drum yang diputar dengan bantuan dinamo dan bahan bakarnya telah diganti dari kayu bakar menjadi bahan bakar solar.

Setelah itu, pada tahun 1967 penggorengan sudah menggunakan mesin, namun mesin masih tergolong semi tradisional. Lalu pada tahun 2014, perusahaan sudah mengganti mesin semi tradisionalnya menjadi mesin modern. Mesin modern ini digunakan agar produksi kopi menjadi meningkat juga untuk menghemat biaya pengeluaran dan waktu.

Provinsi Lampung merupakan salah satu daerah yang sangat cocok untuk menanam kopi karena iklim dan kondisi tanah di daerah Lampung sangat cocok untuk pertumbuhan tanaman kopi. Oleh karena itu, bahan baku kopi di Lampung sangat melimpah. Kopi bubuk SB-CBD merupakan industri kopi di Kota Bandar Lampung yang termasuk dalam industri kecil, karena industri ini memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 13 orang dengan penjualan pertahun sebesar Rp 1.300.000.000,00 Miliar (Badan Pusat Statistik, 2014). Terdapat dua permasalahan pokok yang sedang dihadapi oleh perusahaan SB-CBD yaitu munculnya banyak perusahaan kopi di Bandar Lampung dan adanya penyerupaan merek baik pada gambar logo dan nama kopi Bola Dunia. Data mengenai penjualan kopi bubuk SB-CBD di Bandar Lampung dari tahun 2011 - 2014 disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Volume dan jumlah penjualan kopi bubuk SB-CBD di Kota Bandar Lampung, tahun 2011-2014

Tahun	Volume Produksi (ton)	Jumlah yang Terjual (ton)	Persentase Penjualan
2011	120	110	90%
2012	135	120	85%
2013	144	130	85%
2014	152	135	83,5%

Sumber: Perusahaan kopi bubuk SB-CBD, 2015

Tabel 3 terlihat bahwa volume produksi dari tahun ke tahun semakin meningkat. Namun, persentase penjualan menurun setiap tahunnya. Hal ini disebabkan banyaknya pesaing kopi yang telah masuk ke Bandar Lampung serta penyerupaan kopi lainnya yang mirip dengan kopi Bola Dunia.

Kopi bubuk SB-CBD adalah kopi bubuk yang bahan bakunya adalah murni dari kopi jenis robusta. Kopi jenis ini jumlahnya sangat melimpah di daerah Lampung, akibatnya banyak bermunculan pesaing-pesaing bisnis seperti kopi merek Kompas Dunia, Piala Dunia, Tiga Dunia, Intan Dunia, Dunia Baru, Sinar Dunia, kopi Bola Dunia Cap Bintang, dan lain sebagainya untuk menciptakan atau membuat kopi terbaik yang bertujuan merebut pangsa pasar. Untuk mendapatkan hasil kopi bubuk dengan rasa dan aroma yang terbaik, banyak pesaing menggunakan campuran pada kopinya seperti beras, jagung, bahkan bahan-bahan kimia. Banyak konsumen yang tidak menyadari bahwa kopi yang diminum adalah hasil campuran dari bahan-bahan bukan kopi. Bahan kimia merupakan salah satu campuran yang sangat berbahaya. Biasanya warna putih yang terdapat pada minuman kopi merupakan bahan kimia yang dicampurkan ke dalam kopi hitam. Hal ini akan berdampak tidak baik pada kesehatan tubuh konsumen. Selain itu, harga kopi campuran lebih murah dibandingkan dengan harga kopi murni seperti kopi bubuk SB-CBD, sehingga banyak konsumen yang beralih ke kopi tersebut.

Permasalahan selanjutnya yaitu penyerupaan logo dan merek. Kopi bubuk SB-CBD merupakan kopi yang sudah dikenal oleh masyarakat luas khususnya Kota Bandar Lampung. Hal ini akan menjadi kesempatan

perusahaan-perusahaan lain untuk menyerupai logo atau nama perusahaan kopi bubuk SB-CBD. Penyerupaan ini merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan lain untuk merebut pangsa pasar. Banyak konsumen keliru dan merasa bingung dalam membeli produk kopi bubuk SB-CBD yang asli karena gambar bola dunia dan nama kopi bola dunia telah muncul di berbagai kemasan kopi pesaing di masyarakat. Oleh karena itu, dengan dua permasalahan diatas, perusahaan SB-CBD perlu mengetahui tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap produk kopinya.

Kualitas atau mutu yang baik dari suatu produk yang meliputi barang dan jasa adalah salah satu cara untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen. Apabila kualitas produk yang ditawarkan lebih besar dari harapan konsumen, maka kepuasan akan terbentuk. Namun sebaliknya, jika kualitas yang ditawarkan lebih rendah dari harapan maka konsumen akan merasa tidak puas. Kepuasan yang didapat konsumen dapat menyebabkan terjadinya pembelian ulang bahkan konsumen dapat menjadi loyal (Supranto, 2006).

Penting bagi perusahaan SB-CBD untuk mengetahui hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Perusahaan harus memberikan informasi produk yang tepat dan jelas agar konsumen tidak keliru dan bingung dalam memperoleh produk. Jika informasi produk sudah tepat dan jelas, maka konsumen dapat membuat keputusan pembelian. Saat ini perusahaan SB-CBD harus memiliki strategi dan memperhatikan kinerja yang berorientasi atau berfokus pada konsumen untuk mendapatkan pangsa pasar dan untuk mengetahui pilihan yang disukai konsumen, sehingga dapat



meningkatkan kepuasan konsumen dan diharapkan konsumen dapat melakukan pembelian ulang terhadap produk kopi yang ditawarkan.

Jika konsumen merasa puas terhadap kinerja yang telah diberikan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis, apakah konsumen melakukan pembelian ulang dari produk kopi yang ditawarkan, sehingga membuat konsumen merasa loyal untuk memilih produk kopi bubuk SB-CBD. Agar perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya, maka studi mengenai kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap kopi bubuk SB-CBD perlu dilakukan guna menyusun kebijakan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan keinginan konsumen. Dari penjelasan-penjelasan diatas, maka penelitian ini sangat perlu untuk dilakukan.

Berdasarkan uraian sebelumnya maka permasalahan penelitian yaitu:

1. Apa sajakah atribut-atribut produk kopi bubuk SB-CBD yang memiliki kepuasan tertinggi?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen kopi bubuk SB-CBD di Kota Bandar Lampung?
3. Bagaimana tingkat loyalitas konsumen kopi bubuk SB-CBD di Kota Bandar Lampung?
4. Bagaimana hubungan antara kepuasan dan loyalitas konsumen kopi bubuk SB-CBD di Kota Bandar Lampung

## **B. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui atribut-atribut produk kopi bubuk SB-CBD yang memiliki kepuasan tertinggi.
2. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen kopi bubuk SB-CBD di Kota Bandar Lampung.
3. Menganalisis tingkat loyalitas konsumen kopi bubuk SB-CBD di Kota Bandar Lampung.
4. Mengetahui hubungan antara kepuasan dan loyalitas konsumen kopi bubuk SB-CBD di Kota Bandar Lampung.

## **C. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai :

1. Pertimbangan bagi pelaku usaha kopi bubuk dalam menjalankan dan mengembangkan kegiatan usahanya.
2. Pertimbangan bagi pemerintahan dalam penentuan kebijakan dan pengambilan keputusan yang terkait dengan program pengembangan usaha kopi bubuk di Kota Bandar Lampung.
3. Bahan referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian sejenis.