

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN
KOPI DAS DI KOTA PADANG**



OLEH

HANNA SULISTIN
04 114014

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2009**



ANALISIS PERILAKU KONSUMEN KOPI DAS DI KOTA PADANG

ABSTRAK

Penelitian ini dengan judul " Analisis Perilaku Konsumen Kopi DAS di Kota Padang " ini telah dilaksanakan selama dua bulan mulai Oktober 2008 sampai dengan November 2008. tujuan penelitian ini adalah menganalisa perilaku konsumen kopi bubuk DAS di Kota Padang, untuk menganalisa kepuasan konsumen kopi bubuk DAS di Kota Padang, dan merumuskan upaya yang dapat dilakukan oleh industri Kopi DAS dalam meningkatkan kepuasan konsumen kopi bubuk DAS di Kota Padang.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Metoda pengambilan sampel yang digunakan *Accidental Sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 51 orang yaitu konsumen yang membeli kopi bubuk DAS di Kota Padang. Data yang diperoleh dijadikan sebagai data primer. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi-instansi yang terkait seperti Dinas Perkebunan Sumatera Barat, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sumatera Barat, dan Biro Pusat Statistika Sumatera Barat.

Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa konsumen terbanyak pada rentang 31 - 40 tahun dengan pekerjaan sebagai Pegawai Negeri dengan pendapatan konsumen berada pada golongan menengah. Konsumen melakukan pembelian dengan jumlah 1 Ons - ¼ Kg, dengan frekuensi pembelian 1 kali dalam seminggu, konsumen melakukan pembelian atas saran keluarga dan atas keputusan keluarga, dengan mengutamakan kualitas. Untuk atribut yang harus diperbaiki adalah atribut kemasan, distribusi, harga dan promosi. Tingkat loyalitas konsumen kopi bubuk DAS pada Industri Kopi DAS di Kota padang berada pada tingkat loyalitas *Satisfied buyer* (puas terhadap produk) yaitu Apabila tingkat kepuasan konsumen cukup tinggi, maka pada umumnya tidak cukup alasan bagi pelanggan untuk beralih mengkonsumsi produk lain kecuali bila ada faktor-faktor menarik yang sangat kuat. Dari hasil penelitian ini juga diperoleh bahwa konsumen merasa tidak puas dengan kemasan, harga dan keterjangkauan tempat penjualan kopi bubuk DAS tersebut. Upaya yang dapat dilakukan oleh pihak industri Kopi DAS untuk meningkatkan kepuasan konsumen yaitu pihak Industri Kopi DAS perlu memberikan kemasan produk yang baru dan lebih menarik, lebih dapat menetapkan harga yang pas untuk konsumen, memperhatikan kembali saluran distribusi yang telah digunakan oleh kopi DAS, pihak perusahaan dapat melakukan promosi lebih gencar agar dapat mempertahankan pelanggan lama dan menarik konsumen baru.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan sektor pertanian saat ini masih tetap menjadi prioritas utama dalam pembangunan perekonomian di Indonesia. Hal ini didasarkan pada peningkatan peranan sektor pertanian dalam menunjang pertumbuhan ekonomi nasional, terpenuhinya kebutuhan akan pangan, meningkatnya daya beli masyarakat serta meningkatnya ketersediaan bahan baku untuk produk agroindustri. Selaras dengan usaha pembangunan nasional maka salah satu alternatif pembangunan sektor pertanian adalah pembangunan sub sektor perkebunan (Dinas Perkebunan Sumbar, 2005).

Pembangunan perkebunan dimaksudkan untuk meningkatkan produksi yang bertujuan untuk meningkatkan ekspor nonmigas dan untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri, terutama industri. Peningkatan produksi perkebunan juga dimaksudkan untuk meningkatkan pendapatan petani melalui peningkatan produktifitas dan harga yang menguntungkan, meningkatkan pemerataan kesempatan kerja dan pendapatan masyarakat, serta meningkatkan produktifitas sumber daya alam, pemeliharaan lingkungan dan pelestariannya (Dinas Perkebunan Sumbar, 2005).

Kebijakan pemerintah untuk mengurangi ketergantungan yang berlebihan terhadap ekspor minyak bumi, berarti tantangan untuk meningkatkan ekspor komoditi perkebunan. Salah satu komoditi yang diharapkan mampu memegang peran yang cukup besar adalah kopi. Hal ini didukung dengan luas tanaman kopi perkebunan rakyat di Indonesia yang tercatat 1.255.104 ha dengan produksi 653.261 ton pada tahun 2006 (Lampiran 1). Khusus di Sumatera Barat luas tanaman kopi perkebunan rakyat 48.714 ha dan produksinya 29.909 ton pada tahun 2006 (Lampiran 2).

Bagi daerah Sumatera Barat, Kopi merupakan salah satu komoditi perkebunan rakyat yang memiliki arti penting baik ditinjau dari segi ekonomi maupun segi sosial. Dari segi ekonomi dapat dilihat dengan meningkatnya perekonomian daerah melalui tingginya tingkat ekspor seperti pada tahun 2004 jumlah kopi yang diekspor sebesar 1.839.050 kg sedangkan pada tahun 2005

jumlah kopi yang diekspor sebesar 2.514.295 kg (Lampiran 3). Dari segi sosial, semakin banyaknya berdiri industri kopi yang menyerap tenaga kerja pada sektor ini (Dinas Perkebunan Sumbar, 2005)

Agroindustri merupakan industri yang memiliki keterkaitan ekonomi (baik langsung maupun tidak langsung) yang kuat dengan komoditas pertanian. Sebagai suatu subsistem dalam sistem agribisnis, agroindustri memiliki potensi yang besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan pendapatan masyarakat, menyerap tenaga kerja dan meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya serta mempercepat pembangunan daerah. Pendek kata, agroindustri dapat diandalkan menjadi *a leading sector* (sektor yang memimpin) dalam perekonomian Indonesia (Seragih, 2001).

Program pembangunan industri dan pembangunan di Sumatera Barat telah diarahkan untuk mendorong pertumbuhan agroindustri berskala kecil dan menengah untuk mengoptimalkan sumber daya yang tersedia di daerah sampai ke pedesaan sehingga dapat menyerap tenaga kerja setempat atau berdampak positif terhadap pengembangan program industri padat modal dan padat karya (Dinas Industri dan Perdagangan Sumbar, 2001).

Salah satu industri pengolahan hasil pertanian adalah industri pengolahan kopi bubuk. Pembuatan kopi bubuk banyak dilakukan oleh petani, pedagang pengecer, industri kecil dan pabrik. Pembuatan kopi oleh petani biasanya hanya dilakukan secara tradisional dengan alat-alat sederhana. Pembuatan kopi bubuk oleh pedagang pengecer dan industri kecil sudah meningkat dengan menggunakan mesin walaupun masih dalam jumlah yang terbatas. Sedangkan pembuatan kopi bubuk oleh pabrik biasanya dilakukan dengan skala usaha yang cukup besar (Najiyati dan Danarti, 2006).

Dengan semakin banyaknya industri pengolahan kopi di Sumatera Barat khususnya di kota Padang, tentunya masing-masing industri memiliki cara tersendiri untuk dapat bersaing dengan industri lainnya. Menurut Stanton (1991) adanya persaingan dari perusahaan lain yang sejenis, baik dalam pengelolaan produksi maupun pemasaran produk akan mempengaruhi penerimaan laba yang akhirnya mempengaruhi perkembangan perusahaan. Dalam hal ini perusahaan

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Analisis Perilaku Konsumen Kopi DAS di Kota Padang dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Perilaku Konsumen

a. Perilaku konsumen yang Tampak

Konsumen melakukan pembelian dalam jumlah yang sedang yaitu antara 1 Ons – ¼ Kg, yang dibeli untuk kebutuhan 1 minggu, keluarga menjadi bagian dari perilaku konsumen kopi bubuk DAS dimana konsumen melakukan pembelian kopi bubuk DAS berdasarkan keputusan keluarga dan pembelian kopi bubuk DAS dilakukan atas saran keluarga, serta yang menjadi pedoman konsumen dalam pembelian adalah karena kualitas yang dimiliki oleh kopi bubuk DAS ini.

b. Perilaku konsumen yang tidak Tampak

Untuk persepsi konsumen terhadap atribut kopi bubuk DAS ini dapat diambil kesimpulan atribut kualitas, aroma, keamanan bagi kesehatan, dan rasa memiliki *performance* yang telah memenuhi tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut tersebut, atribut kemasan, harga, promosi dan distribusi memiliki tingkat kepentingan yang tinggi bagi konsumen dengan tingkat *performance* yang rendah, untuk atribut penampilan fisik dan warna kopi memiliki tingkat kepentingan dan *performance* yang rendah. Untuk Atribut daya tahan mempunyai tingkat *performance* yang tinggi melebihi tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut itu.

Tingkat loyalitas konsumen terhadap kopi bubuk DAS yang terbesar berada pada tingkat loyalitas *Satisfied buyer*. Apabila tingkat kepuasan konsumen cukup tinggi, maka pada umumnya tidak cukup alasan bagi pelanggan untuk beralih mengkonsumsi produk lain kecuali bila ada faktor-faktor penarik yang sangat kuat. Dengan demikian, sangat perlu bagi perusahaan untuk mengeksplor informasi dari pelanggan alasan mereka memindahkan pembeliannya ke produk lain dalam kaitannya dengan permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Biro Pusat Statistik. 2001. *Luas dan Produksi Tanaman Kopi Perkebunan Rakyat Sumatera Barat*. Padang
- Dinas Perkebunan Sumatera Barat. 2005. *Laporan Tahunan*. Padang.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Padang. 2006. *Rekapitulasi Data Industri*. Padang.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan propinsi Sumatera Barat, 2005. *Rekapitulasi Industri*. Padang.
- Durianto, Damardi. 2001. *Strategi Menetapkan Pasar Melalui Ekuitas dan Perilaku Merk*. PT. Gramedia Puataka Utama. Jakarta.
- Engel, James F. 1995. *Perilaku Konsumen*. Jilid 2. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Haryana, Nugraha. 2007. *Analisis Perilaku Konsumen Sayuran Pada Supermarket Di Kota Padang (studi kasus Ramayana Supermarket)*. [Skripsi]. Penelitian Pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Unand. Padang.
- Kotler, Philip. 1997. *Management Pemasaran*. Jilid 2. PT. Prehalindo. Jakarta
- Nazir, M. 1999. *Metoda penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Najiyati, Sri dan Danarti. 2006. *Kopi, Budidaya dan Penanganan Pasca Panen*. PT. Penebar Swadaya. Jakarta. 165 hal.
- Riduwan. 2003. *Dasar-Dasar Statistika*. Alfabeta. Bandung.
- Saladin, Djaslin, H, SE, 1996. *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*. Penerbit CV, Mandor Maju. Bandung.
- Saragih, Bungaran. 2001. *Suara dari Bogor : Membangun Sistem Agribisnis*. Yayasan USESE bekerjasama dengan Sucofindo, Bogor
- Sarmila, M. 2004. *Analisis Persepsi konsumen Terhadap Ekuitas Merek Teh Kayu Aro (studi Kasus Wilayah Pemasaran Kota Padang)*. Skripsi Penelitian Pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Unand. Padang.
- Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.