

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kopi (*Coffea sp*) adalah salah satu tanaman komoditas perkebunan yang banyak di konsumsi oleh masyarakat Indonesia. Tanaman kopi dapat tumbuh di daerah tropis, Indonesia salah satunya dimana Indonesia merupakan negara penghasil kopi terbesar di dunia setelah Brazil dan Vietnam. Peranan kopi sendiri dalam perekonomian Indonesia sangat penting yaitu sebagai sumber devisa negara, pendapatan petani, dan penciptaan lapangan kerja. Indonesia sendiri memiliki 3 jenis kopi yaitu: kopi Arabika, Robusta, dan Liberika. Provinsi Jambi merupakan salah satu daerah penghasil kopi liberika di Indonesia.

Berdasarkan Data BPS Provinsi Jambi (2020), Kabupaten Tanjung Jabung Timur merupakan salah satu kabupaten yang memiliki perkebunan kopi di Provinsi Jambi dapat dilihat pada Lampiran 1. Salah satunya di Desa Sungai Beras, Kecamatan Mendahara Ulu, Kabupaten Tanjung Jabung Timur, Provinsi Jambi. Desa Sungai Beras merupakan salah satu desa yang memiliki perkebunan dan UMKM kopi liberika yang memproduksi biji kopi liberika menjadi kopi bubuk.

UMKM Peatland Coffee didirikan oleh warga desa yang berada di Parit Antara Desa Sungai Beras, UMKM Peatland Coffee sendiri berdiri pada bulan maret tahun 2018. Saat ini UMKM peatland Coffee telah berjalan selama 4 tahun, hal ini membuat UMKM peatland Coffee dapat digolongkan sebagai usaha baru.

Penjualan pada UMKM Peatland Coffee pada tahun 2018 menjual sebanyak 1104 pak pertahun, pada tahun 2019 mengalami kenaikan penjualan menjadi 1595 pak pertahun, kemudian pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 1345 pak pertahun, yang kemudian pada tahun 2021 masih mengalami penurunan penjualan dengan menjual 1010 pak pertahun. Berikut ini merupakan data penjualan kopi bubuk dari UMKM Peatland Coffee selama 4 tahun terakhir dapat dilihat pada Lampiran 2.

Penurunan penjualan pada UMKM Peatland Coffee dapat disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya yaitu Harga, Kualitas Produk, dan Promosi. Hal ini menyebabkan kopi liberika di Desa Sungai Beras harus dapat bersaing dari segi

harga, kualitas produk, dan promosi untuk tetap mempertahankan tingkat penjualan. Dikarenakan konsumen memiliki pengaruh dalam melakukan pembelian. Konsumen akan semakin teliti dalam melakukan pembelian kopi bubuk yang ada. Konsumen akan membeli kopi bubuk yang terbaik menurut pendapat konsumen itu sendiri (Tariman, 2017).

Upaya dalam meningkatkan persaingan bisnis masing-masing pemilik usaha harus dapat memenangkan persaingan tersebut hal ini dapat ditunjukkan dengan menampilkan produk terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang bermacam-macam sehingga menarik keputusan pembelian konsumen dalam membeli sebuah produk tidak terlepas dari harga, kualitas produk dan promosi. Harga, kualitas produk, dan promosi dapat menjadi sebuah pertimbangan dalam konsumen melakukan keputusan pembelian. Konsumen akan tertarik dengan produk yang ditawarkan apabila sebuah usaha mampu menciptakan harga yang terjangkau dan dapat bersaing dibandingkan harga produk sejenis, kualitas produk yang bermutu serta promosi menarik yang ditawarkan oleh penjual sehingga mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Menurut Kotler (2005), Keputusan pembelian merupakan tahap dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian untuk melakukan pembayaran dengan hak kepemilikan atau penggunaan terhadap suatu barang atau jasa. Keputusan pembelian juga dapat diartikan sebagai suatu tahap penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan hingga perilaku konsumen setelah melakukan pembelian.

Faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah harga, hal ini dikarenakan konsumen selalu melakukan banyak pertimbangan ketika melakukan keputusan pembelian. Konsumen akan membandingkan serta memilih harga yang ditawarkan produk lain yang sama sebelum konsumen mengambil keputusan membeli produk tersebut. Harga biasanya dijadikan sebagai penentu keberhasilan suatu usaha dikarenakan harga menentukan seberapa besar keuntungan yang didapatkan dari penjualan produknya. Dalam penentuan harga sering menjadi masalah yang sulit bagi sebuah usaha, apabila sebuah usaha menetapkan harga yang terlalu tinggi hal ini dapat menyebabkan penjualan menurun dan konsumen akan pindah ke merek lain yang lebih terjangkau.

Selain harga faktor kedua yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Sebuah usaha diharuskan untuk menciptakan keunggulan dari produk yang ditawarkan, sehingga menarik di mata konsumen. Produk yang mempunyai kualitas yaitu produk yang sesuai dengan desain atau spesifikasi tertentu dan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dalam pemenuhan kebutuhannya. Kualitas produk kopi dapat dilihat dari tekstur bubuk kopi serta aroma dan daya tahan dari produk kopi tersebut. Didalam kopi liberika terdapat kandungan kafein yang rendah dibandingkan kopi jenis lainnya yaitu 1,32% (Ruwanto, 2016). Kopi berkafein rendah menjadi pilihan konsumen yang ingin mengonsumsi kafein dalam jumlah sedikit. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dapat menjadi salah satu faktor yang bisa dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan pembelian.

Menurut Sunyoto (2012), mengatakan bahwa promosi adalah kegiatan yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen agar konsumen bisa mengetahui produk yang ditawarkan oleh penjual kepada konsumen, kemudian konsumen akan senang terhadap produk yang ditawarkan lalu membeli produk tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Kopi Liberika di Desa Sungai Beras, Kec.Mendahara Ulu)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Desa Sungai Beras merupakan desa yang termasuk kedalam wilayah kecamatan Mendahara Ulu, Kabupaten Tanjung Jabung Timur, Provinsi Jambi. Jalan menuju Desa Sungai Beras ini dapat di tempuh dengan melalui jalur darat dan air yaitu melewati sungai. Jarak dari ibukota ke kabupaten  $\pm$  75 km dan dapat ditempuh dengan waktu sekitar 2 jam dan  $\pm$  94 km dari ibukota provinsi yang dapat ditempuh sekitar 2 jam 30 menit melalui perjalanan darat dengan kendaraan roda dua dan roda empat.

Desa Sungai Beras memiliki UMKM kopi dengan nama Peatland Coffee, dimana UMKM yang ada didesa Sungai Beras ini menjual kopi bubuk maupun biji kopi siap giling. UMKM Peatland Coffee telah berjalan selama 4 tahun. Dimana, pada tahun ketiga dan keempat penjualan kopi liberika dari UMKM

peatland Coffee mengalami penurunan penjualan. Dikarenakan penurunan penjualan tersebut maka peneliti melakukan observasi awal untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indri Ambarwati (2020), ada 4 indikator yang mempengaruhi konsumen ketika mengambil keputusan pembelian yaitu, Kualitas Produk, Kemasan, Harga, dan Promosi akan tetapi setelah dilakukan observasi awal dengan melakukan penyebaran kuesioner awal dengan 15 responden kepada konsumen kopi liberika dari UMKM Peatland Coffee. Dimana setelah observasi awal dilakukan terdapat tiga indikator tertinggi yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen kopi liberika pada UMKM Peatland Coffee yaitu, harga, kualitas produk dan promosi.

Bahan pertimbangan dalam memutuskan membeli sebuah produk tidak terlepas dari harga, kualitas produk dan promosi. Konsumen akan tertarik dengan produk yang ditawarkan apabila sebuah usaha mampu menciptakan harga yang terjangkau dan dapat bersaing dipasaran dibandingkan harga produk sejenis, dan kualitas produk yang bermutu sehingga mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan, serta promosi yang dapat menarik konsumen untuk membeli produk tersebut.

Berdasarkan dari hal tersebut maka, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut ;

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi liberika di Desa Sungai Beras ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi liberika di Desa Sungai Beras ?
3. Apakah Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi liberika di Desa Sungai Beras ?
4. Apakah harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian kopi liberika di Desa Sungai Beras ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen ?
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen ?
3. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen ?
4. Untuk mengetahui apakah harga, kualitas produk dan, promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen ?

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memeberikan manfaat, informasi, dan masukan terhadap berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi konsumen (masyarakat), penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi, sebagai pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian produk.
2. Bagi UMKM, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan mengenai peningkatan kualitas produk, harga dan, promosi sehingga dapat bersaing dengan UMKM sejenis lainnya.
3. Bagi Penulis, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa wawasan, dan pengetahuan.