

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu hasil komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi di antara tanaman perkebunan lainnya dan berperan penting sebagai sumber devisa negara. Kopi tidak hanya berperan penting sebagai sumber devisa melainkan juga merupakan sumber penghasilan bagi tidak kurang dari satu setengah juta jiwa petani kopi di Indonesia (Rahardjo 7: 2012), Kopi merupakan kebutuhan yang memiliki khasiat untuk kesehatan yaitu dapat mengurangi resiko diabetes, sebagai pembangkit stamina, mengurangi sakit kepala dan melegakan nafas (Budiman, 45: 2012).

Persaingan pasaran kopi kian ketat itu bisa dilihat dari banyaknya produk-produk kopi yang beredar di pasaran yang ada di Indonesia, hal tersebut terjadi karena kopi adalah minuman penyegar yang paling sering dikonsumsi. Data statistik yang dikeluarkan oleh badan pusat statistik tahun 2000 menunjukkan bahwa rata-rata tingkat konsumsi kopi instan di Indonesia adalah 12,5 gram per minggu, sedangkan rata-rata konsumsi Teh adalah 11,2gram per kapita per minggu. Berdasarkan data statistik tersebut, kopi bahkan dikonsumsi paling banyak dibandingkan dengan bahan minuman lainnya seperti coklat instan, coklat bubuk dan sirup. Perkembangan kopi di Indonesia selama delapan tahun dengan laju pertumbuhan sebesar 4,73% pertahun, sedangkan

konsumsi perkapita menunjukkan pertumbuhan (8,14 Kg/Th).”Sumber Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia”

Indonesia merupakan negara produsen kopi keempat terbesar didunia setelah Brazil, Vietnam, dan Colombia. Dari total produksi, sekitar 67% kopinya diekspor sedangkan sisanya 33% untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Tingkat konsumsi kopi dalam negeri berdasarkan hasil survei LPEM UI tahun 1989 adalah sebesar 500 gram/ kapita/ tahun. Dewasa ini kalangan pengusaha kopi memperkirakan tingkat konsumsi kopi di Indonesia telah mencapai 800 gram/ kapita/ tahun. Dengan demikian dalam kurun waktu 20 tahun peningkatan konsumsi kopi telah mencapai 300 gram/ kapita/ pertahun.

Indonesia adalah satu-satunya negara produsen kopi yang memiliki spesialti terbanyak didunia. Beberapa nama kopi spesialti di Indonesia yang telah dikenal di manca negara dan menjadi bagian dari menu origin di café di kota-kota besar dunia diantaranya adalah *Gayo Coffee*, *Mandheling Coffee*, *Java Coffee*, dan *Toraja Coffee*. Sedangkan beberapa nama yang saat ini dikenal diantaranya adalah *Bali Kintamani*, *Prianger Coffee*, *Flores Coffee*, dan *Papua Coffee*.

Permintaan akan kopi Indonesia dari waktu ke waktu terus meningkat, mengingat kopi Robusta Indonesia mempunyai keunggulan karena Body yang dikandungnya lebih kuat, sedangkan kopi Arabika yang dihasilkan oleh berbagai daerah di Indonesia mempunyai karakteristik cita rasa (*acidity*, *aroma*, *flavor*) yang unik dan ekselen. Produksi kopi Indonesia pada tahun 2013 mencapai 750.000 ton.

Peningkatan tersebut disebabkan karena cuaca yang mendukung untuk pembungaan dan pembentukan buah kopi. Pengaruh cuaca merupakan faktor dominan dalam mempengaruhi tingkat produksi kopi nasional.

Secara komersial ada dua jenis kopi yang di hasilkan di Indonesia yaitu kopi Arabika dan kopi Robusta. Tanaman kopi arabika dapat tumbuh dan berbuah optimal pada ketinggian 1000 m diatas permukaan laut, sedangkan kopi Robusta pada ketinggian 600-800 m diatas permukaan laut. Mengingat di Indonesia lahan dengan ketinggian 1000 m diatas permukaan laut pada umumnya berupa hutan, maka perkembangan kopi Arabika terbatas. Dari total produksi kopi 750.000 tahun 2012, kopi Arabika menghasilkan hampir 15.000ton dari luas areal 250.000 hektar, sedangkan kopi Robusta menghasilkan 600.000ton dari luas areal 1,05 hektar.

Jawa Barat (*Prianger/ Pangalengan*) merupakan daerah pertama di Indonesia yang menghasilkan kopi untuk ekspor secara komersial pada awal abad 18, dari kopi wilayah pengalengan tersebut, *VOC (Vereenigde Oostindische Compagnie)* menguasai perdagangan kopi dunia selama beberapa tahun pada akhirnya kopi tersebut dikenal sebagai "*Cup of Java*". Jawa Barat saat ini memiliki perkembangan kopi yang cukup pesat & potensial karena tingkat antusiasme petani terhadap tanaman kopi sangat tinggi dan juga kondisi geografis dan alam yang cocok untuk pengembangan tanaman kopi.

Tanaman Kopi Jawa Barat terbagi menjadi dua jenis yaitu Kopi Arabika dan Robusta. Kopi Arabika cocok ditanam di dataran tinggi sedangkan Kopi Robusta untuk ditanam di dataran rendah, secara ekonomi nilai jual Kopi Arabika lebih mahal

daripada Kopi Robusta. Sesuai dengan Data Statistik Perkebunan tahun 2015 bahwa rata-rata produktivitas kopi Arabika di Jawa Barat sebesar 951 kg per Ha, sedangkan Kopi Robusta Produktivitas rata-rata sekitar 784 kg per Ha. Luas areal Kopi Arabika sekitar 16.808 Ha sedangkan kopi Robusta sekitar 15.750 Ha. Kopi *Java Preanger* Jawa Barat yang merupakan Kopi Arabika telah mempunyai sertifikasi Indikasi Geografis yang merupakan suatu jaminan pasar tentang mutu yang dihasilkan bagi para konsumen/*Buyer* sehingga mempunyai nilai tambah yang signifikan, sehingga Provinsi Jawa Barat mempunyai kopi berkualitas yang dapat dibanggakan tentang citarasanya. Beberapa kopi dari daerah Jawa Barat menjadi pemenang dalam kontes kopi tingkat nasional dan pernah menjadi kopi dengan nilai jual tertinggi dalam lelang kopi di SCAA 2016 Atlanta.

Seiring tingginya permintaan kopi untuk pasar dalam dan luar negeri, pemerintahan kota Bandung akan memperluas lahan perkebunan kopi di kawasan perbukitan dan pegunungan. Selama ini, kopi asal kabupaten Bandung sangat diminati pasar internasional dengan harga tinggi, bahkan menyabet sejumlah penghargaan bergengsi.

Kepala Dinas Pertanian, Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Bandung Trisna umaran mengatakan “selama ini permintaan dari dunia internasional sebanyak 80% berupa kopi Arabika dan 20% kopi Robusta”. Untuk produksi dalam negeri, kondisinya terbalik dengan kebutuhan internasional. Indonesia memproduksi 80% kopi jenis Robusta dan 20% kopi jenis Arabika. “Di Kabupaten Bandung ini kebanyakan

yang tumbuh adalah jenis Arabika. Jenis Kopi Arabika ini memang cocok ditanam di dataran tinggi di Kabupaten Bandung. Makanya akan sangat menguntungkan kalau lahan perkebunan kopi diperluas”. Sumber Pikiran Rakyat

Pangalengan yang terletak di kabupaten Bandung Jawa Barat merupakan dataran yang cukup tinggi dan berhawa dingin. Daerah pangalengan merupakan sentra perkebunan dan produsen kopi Arabika yang berkualitas di samping produksi susu sapi murni.

STANDAR NASIONAL INDONESIA UNTUK KOPI BIJI Indonesia telah menerapkan standar ekspor kopi biji berdasarkan sistem nilai cacat kopi sejak tahun 1990 menggantikan sistem Triase (Bobot per Bobot). Standar mutu kopi biji yang berlaku saat ini adalah Standar Nasional Indonesia Nomor 01-2907-2008 Kopi Biji, hasil dari beberapa kali revisi, disamping dengan mempertimbangkan perkembangan pasar global dan persyaratan internasional juga memperhatikan sebagian Resolusi ICO (International Coffee Organization) No: 407 tentang “Coffee Quality Improvement Program”. SYARAT MUTU UMUM Kadar air kopi biji tidak lagi dibedakan berdasarkan jenis pengolahan (pengolahan basah dan kering) tetapi sama-sama maksimum 12,5%. Persyaratan lain tetap sama seperti standar sebelumnya yakni :

No	Kriteria	Persyaratan
1	Serangga Hidup	Tidak ada
2	Biji berbau busuk dan atau barbau kapang	Tidak ada
3	Kadar air (b/b)	Maks 12.5%
4	Kadar kotoran b/b	Maks 0.5%

Sumber: Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia

Ciri kualitas produk dapat dilihat dalam beberapa tahap diantaranya yang pertama dilihat dari kinerja produk dalam ukuran rasa dan aromanya, yang kedua dari segi keistimewaan produk dalam ukuran keragaman rasa, yang ketiga dari kehandalan dalam ukuran kondisi produk saat dibeli dan kondisi aroma saat dibeli, yang ke empat dari segi kesesuaian khas aroma produk, yang kelima dari keawetan produk dalam ukuran daya tahan produk, yang ke enam dari keindahan produk dalam ukuran warna produk saat dibeli, yang ke tujuh dari kualitas yang dipersepsikan dalam ukuran kualitas produk.

Sudah seharusnya perusahaan membuat produk berkualitas yang didapat melalui proses yang baik, memiliki keistimewaan. Konsumen akan memilih produk yang berkualitas. Suatu produk dapat dikatakan berkualitas apabila konsumen telah merasa terpenuhinya kebutuhan atau keinginannya.

Secangkir kopi yang biasa dinikmati dihasilkan melalui proses yang sangat panjang, mulai dari budidaya, pengolahan pasca panen, hingga ke penikmat kopi. Secangkir kopi yang memiliki cita rasa yang tinggi hanya didapat dari biji kopi yang berkualitas.

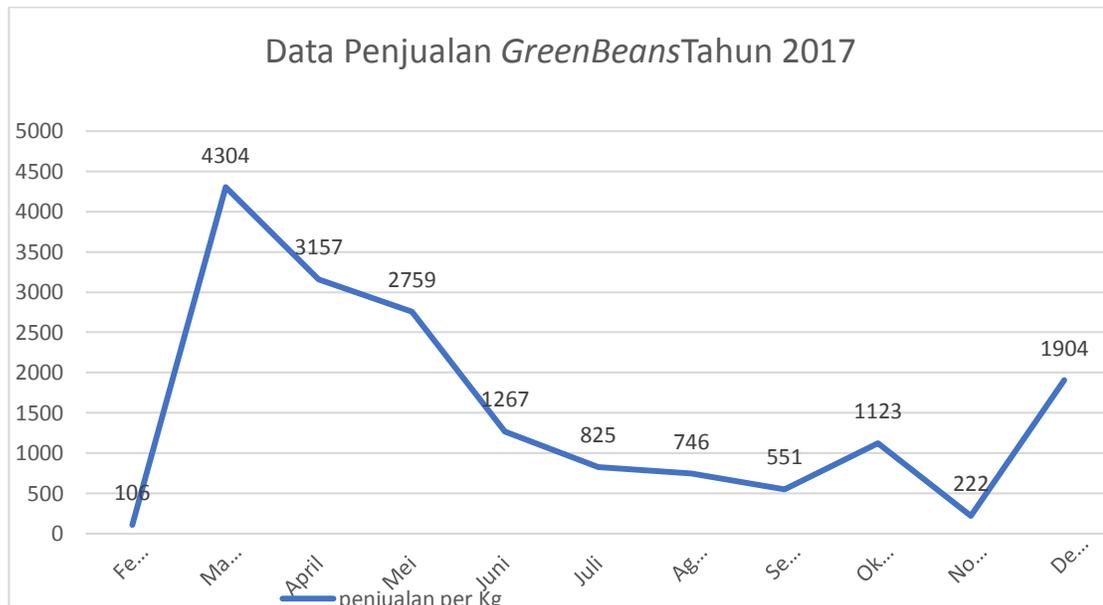
Secangkir kopi dihasilkan melalui proses yang sangat Panjang. Mulai dari Teknik budidaya, pengolahan pasca panen hingga ke penyalir akhir. Hanya dari biji kopi berkualitas secangkir kopi bercita rasa tinggi bias tersaji dimeja. Proses pengolahan kopi dari buah kopi hingga menjadi *GreenBeans* ada 3 cara pengolahan yaitu: **Full Wash Wet Hull**: Dilakukan *pulping* terlebih dahulu sebelum dilakukan

penjemuran dan *hulling* dilakukan pada kadar air sekitar 25 hingga 30% kemudian dijemur kembali hingga kadar air 11 hingga 12%. **Natural**: Tidak dilakukan *pulping* terlebih dahulu sebelum dilakukan penjemuran. **Full Wash Dry Hull**: Dilakukan *pulping* terlebih dahulu sebelum dilakukan penjemuran dan *hulling* dilakukan pada kadar air sekitar 11 hingga 12%.

Kopi yang diproduksi oleh CV. Kembar Jaya Bandung yaitu produk *GreenBeans* adalah biji kopi yang memiliki aroma bau yang segar namun perusahaan CV. Kembar Jaya Bandung tidak mengetahui kualitas produk saat diterima oleh konsumen. Dalam hal ini pihak perusahaan perlu mengetahui secara pasti bagaimana tanggapan konsumen atas kualitas produk *GreenBeans*. Apakah kualitas produk tersebut telah memenuhi keinginan konsumen atau tidak, maka hal ini akan menumbuhkan respon konsumen yang baik serta menambah konsumen yang baru. Perusahaan pun telah berupaya agar konsumen bisa merasa puas atas pembelian produk *GreenBeans*. Pihak perusahaan telah berupaya agar dapat memberikan kualitas produk kopi yang baik.

Namun demikian pada kenyataannya masih ada konsumen yang belum merasa puas akan pembelian produk *GreenBeans*. Hal ini disebabkan karena adanya masalah misalnya kemasan produk tidak dapat menjaga kualitas atau estetika produk yang tidak sesuai.

Berikut data penjualan produk *GreenBeans* pada tahun 2017



Gambar 1.1

Data Penjualan *GreenBeans*

Dari Grafik di atas kita dapat melihat bahwa jumlah penjualan pada produk *GreenBeans* setiap bulan tidak stabil kadang naik dan terlalu sering menurun mungkin dikarenakan produk yang dihasilkan kurang baik sehingga tidak dapat memberikan kualitas kopi yang baik dan mengakibatkan penurunan pada saat penjualan. Menurut pemilik perusahaan CV. Kembar Jaya Bandung data penjualan tahun 2017 ini sangat menurun tidak seperti tahun-tahun sebelumnya. Biasanya pada masa panen raya kopi puncak penjualan. Masa panen kopi pada umumnya satu kali dan setahun (per enam bulan), masa panen raya kopi biasanya 2 bulan terakhir.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penjualan dan mempengaruhi mutu produk menjadi lebih baik. Jika suatu perusahaan dapat memberikan kualitas produk yang baik maka akan menambah konsumen baru untuk dapat mengkonsumsi produk tersebut.

Dari hasil survey wawancara awal dengan pemilik perusahaan yang memiliki produk *GreenBeans*, perusahaan sejauh ini selalu berusaha memberikan kualitas *GreenBeans* yang baik yaitu kondisi yang baik, warna yang baik, dan kemasan yang dapat menjaga aroma *GreenBeans* tetap segar serta menjaga *GreenBeans* agar tetap awet. Penulis melakukan survey awal kepada konsumen sebanyak 5 responden. Adapun hasil survey dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1
Survey Awal

NO	PERTANYAAN	IYA	TIDAK
1	Menurut anda kadar air produk <i>GreenBeans</i> telah sesuai dengan kadar air maksimum yang ditetapkan Standart Nasional Indonesia	2 40%	3 60%
2	Menurut anda kondisi produk <i>GreenBeans</i> baik	3 60%	2 40%
3	Menurut anda produk <i>GreenBeans</i> memiliki daya tahan produk yang baik	3 60%	2 40%
4	Apakah presentase cacat produk <i>Greenbeans</i> telah sesuai dengan Standard Nasional Indonesia	0 -	5 100%
5	Menurut anda produk <i>GreenBeans</i> memiliki warna yang baik	4 80%	1 20%
6	Menurut anda kualitas produk <i>GreenBeans</i> adalah biji kopi berkualitas tinggi	2 40%	3 60%
Kualitas Produk		46.66%	53.34%

Berdasarkan survey awal yang dilakukan penulis terhadap 5 responden yang menggunakan produk *GreenBeans* dengan kadar air sesuai dengan Standart Nasional Indonesia 40% menjawab telah sesuai, dan 60% menyatakan bahwa produk *GreenBeans* tidak sesuai dengan Standart Nasional Indonesia, serta berdasarkan kondisi produk *GreenBeans* 60% menyatakan baik dan 40% menyatakan kurang baik, dari segi daya tahan produk, produk *GreenBeans* 60% menyatakan daya tahan produk *GreenBeans* baik dan 40% menyatakan bahwa daya tahan produk Kurang baik, kemudian dari kesesuaian dan spesifikasi produk *GreenBeans* masih belum memenuhi presentase cacat yang ditetapkan Standart Nasional Indonesia 0% menjawab telah sesuai dengan Standart Nasional Indonesia dan 100% responden menjawab belum sesuai dengan Standart Nasional Indonesia, berdasarkan warna produk *GreenBeans* 80% menyatakan baik dan 20% menyatakan kurang baik, serta untuk kualitas biji kopi berkualitas tinggi responden menyatakan 40% baik dan 60% kurang baik.

Dengan demikian hasil survey awal kepada 5 responden tanggapan tentang kualitas produk *GreenBeans* yang menyatakan kualitas produknya baik sebanyak 46.66% dan yang menyatakan tidak baik sebanyak 53.34%. Sehingga menurut konsumen dinyatakan belum dapat dikatakan baik, hal ini berbeda dengan hasil wawancara. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Kualitas Produk *GreenBeans* pada CV. Kembar Jaya Bandung**”

1.2. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang penelitian diatas, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

Hasil wawancara dengan pihak perusahaan sejauh ini selalu berusaha memberikan kualitas *GreenBeans* yang baik yaitu kondisi yang baik, warna yang baik, dan kemasan yang dapat menjaga aroma *GreenBeans* tetap segar serta menjaga *GreenBeans* agar tetap awet. namun, ketika dikaitkan dengan pendapat responden (konsumen) produk *GreenBeans* CV. Kembar Jaya Bandung menyatakan bahwa kualitas produk *GreenBeans* masih kurang baik. Dengan begitu, mendorong CV. Kembar Jaya Bandung untuk lebih meningkatkan kualitas produk.

1.2.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana tanggapan responden terhadap kualitas produk *GreenBeans*.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah mengumpulkan informasi yang akan digunakan untuk menganalisis Kualitas Produk *GreenBeans*.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis tanggapan responden mengenai Kualitas Produk *GreenBeans*.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Praktis

Dapat memberikan tambahan kepada perusahaan yang akan meningkatkan Kualitas Produk sebagai strategi yang akan digunakan. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam meningkatkan Kualitas Produk sehingga setiap perusahaan mendapatkan efektifitas yang tinggi dari penerapannya.

1.4.2. Kegunaan Akademis

Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang Analisis Kualitas Produk terhadap Pembelian pada khususnya

Bagi Peneliti lain

Diharapkan menjadi sebuah acuan untuk bahan pertimbangan untuk peneliti lain mengenai Analisis Kualitas Produk *GreenBeans*.

1.5.Lokasi dan Waktu penelitian

1.5.1. Lokasi Penelitian

Tempat penelitian dilaksanakan di CV. Kembar Jaya Bandung yang beralamat Jl. Raya Banjaran-Pangalengan KM 21, Desa Jagabaya, Kab. Bandung, Jawa Barat (40377)

1.5.2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan Maret 2018 sampai dengan bulan Agustus 2018

Tabel 1.2

Jadwal Pengumpulan Data

keterangan	Bulan																							
	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan judul	■	■	■	■																				
Survey tempat penelitian			■	■	■	■																		
Pengumpulan data					■	■	■	■	■	■	■	■												
Penulisan laporan									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Sidang																					■	■	■	■