

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Salah satu komoditas yang industrinya semakin maju saat ini adalah tanaman kopi. Kopi merupakan minuman yang sudah menjadi dominan yang dikonsumsi masyarakat Indonesia. Kopi dijadikan sebagai komoditas andalan dalam sektor perkebunan Indonesia. Tidak hanya di Indonesia saja, banyak masyarakat dunia mengolah kopi menjadi minuman bahkan makanan yang berkualitas dan memiliki harga jual. Menurut (Novratena dan Hartiati, 2021) bahwa kopi menempati urutan kedua dari semua komoditas pangan yang dikonsumsi dan diperdagangkan diseluruh dunia.

Tabel 1.1
Data Produksi Kopi di Provinsi Bali

Kabupaten/Kota	Produksi Kopi Robusta Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Bali (Ton)		
	2020 ¹⁾	2021 ¹⁾	2022 ¹⁾
Provinsi Bali	11 111	11 666	11 657
Kota Denpasar	0	0	0
Kab. Tabanan	5 527	5 588	5 708
Kab. Klungkung	18	10	7
Kab. Karangasem	154	132	138
Kab. Jembrana	274	279	282
Kab. Gianyar	61	65	44
Kab. Buleleng	4 830	5 379	5 285
Kab. Bangli	84	75	58
Kab. Badung	163	137	136

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali

Kopi dikatakan berperan penting dalam perekonomian nasional maupun dunia karena dapat digunakan sebagai bahan membuka peluang bisnis. Melihat keadaan saat ini, para pebisnis diharapkan agar menerapkan strategi yang bagus untuk mencapai

target penjualan. Maraknya pengusaha atau pelaku usaha baru menjadi salah satu contohnya, karena persaingan bisnis yang sengit saat ini para pebisnis selalu berusaha untuk menjaga agar perusahaan mereka tetap beroperasi dan bersaing untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Bagi Mayoritas orang di seluruh dunia kopi merupakan minuman yang penting untuk dikonsumsi setiap hari nya. Kopi merupakan hasil perkebunan yang dikenal luas di seluruh Indonesia Khususnya di Bali tepatnya di Kecamatan Pupuan Kabupaten Tabanan.

Kecamatan Pupuan merupakan wilayah dataran tinggi dengan daerah penghasil kopi robusta.. Kabupaten Tabanan menjadi komoditas kopi di Provinsi Bali, dengan data yang ditulis oleh Dinas Pertanian dan Ketahanan Provinsi Bali yang terdapat dalam Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. Dibuktikan dengan data yang diperoleh diatas berdasarkan data menurut BPS Provinsi Bali (2022) diatas dapat disimpulkan bahwa Kabupaten Tabanan menjadi wilayah penghasil kopi terbanyak di Provinsi Bali. Kecamatan Pupuan merupakan wilayah dataran tinggi dengan daerah penghasil kopi robusta. Kecamatan yang berada di kaki Gunung Batukaru ini menjadi sentra produksi kopi robusta terbesar di Kabupaten Tabanan.

Kabupaten Tabanan sendiri menghasilkan sekitar 5.708 ton kopi robusta pada tahun 2022. Jumlah itu meningkat dari 5.588 ton (2021). Terjadi kenaikan produksi kopi robusta tersebut karena adanya peremajaan kopi dan intensifikasi. Peningkatan produksi itu membuat Tabanan menjadi kabupaten penghasil kopi robusta tertinggi di Bali disusul Kabupaten Buleleng dengan produksi 5.28 ton pada tahun 2021. Adanya kenaikan produksi kopi robusta di Kabupaten Tabanan sehingga menimbulkan adanya

beberapa UMKM yang memproduksi kopi bubuk khususnya di Kecamatan Pupuan. Adapun UMKM yang menjadi pesaing Kopi Bali Mutiara di Kecamatan Pupuan diantaranya Kopi Cahaya Bali, Kopi Leak Munduktemu, UD. Cipta Lestari, dan Kopi Tugu Sari Pajahan. Kopi Bali Mutiara merupakan salah satu UMKM yang memproduksi kopi bubuk lokal di Kecamatan Pupuan, Kabupaten Tabanan. UMKM ini mengolah biji kopi menjadi kopi bubuk instan yang dipasarkan di wilayah Bali dengan merek “Kopi Bali Mutiara”. Kopi Bali Mutiara memiliki tempat produksi sekaligus gerai atau toko sebagai tempat penjualan produk kopi bubuk instan yang ditawarkan ke konsumen yang berlokasi di Desa Batungsel, Kecamatan Pupuan, Kabupaten Tabanan.

Tabel 1.2
Merek Produk Kopi Khas Pupuan yang Paling Diminati Konsumen di Kecamatan Pupuan:

No	Merek Produk Kopi Khas Pupuan	Persentase
1.	Kopi Cahaya Bali	20 %
2.	Kopi UD.Cipta Lestari	60 %
3	Kopi Bali Mutiara	10 %
4	Kopi Leak Munduktemu	10 %

Sumber: Pra Survey Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil survey diatas yang menggunakan sejumlah 20 orang responden, menyatakan bahwa konsumen kopi khas Pupuan yang paling diminati yaitu merek Kopi UD.Cipta Lestari dengan persentase peminatnya sebesar 60%. Sedangkan untuk merek Kopi Bali Mutiara persentase peminatnya hanya 10%. Hal tersebut terjadi dikarenakan Kopi UD.Cipta Lestari merupakan UMKM yang sudah terdaftar pada izin Edar dan memiliki sertifikat Pangan Industri Rumah Tangga

(PIRT). Dengan demikian konsumen kopi dapat memastikan bahwa kopi UD.Cipta Lestari memiliki kualitas produk yang lebih baik dibandingkan dengan Kopi Bali Mutiara. Adanya pernyataan tersebut dapat diasumsikan bahwa yang menjadi pesaing utama Kopi Bali Mutiara adalah yang memiliki peminat kopi terbesar di Kecamatan Pupuan yaitu Kopi UD. Cipta Lestari.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara ke lapangan terhadap *owner* dari Kopi Bali Mutiara bahwa, penjualan mengalami penurunan selama tiga bulan pada tahun 2023. Penurunan penjualan tersebut terjadi karena terdapat persoalan yang dihadapi oleh kopi Bali Mutiara kurangnya kualitas produk yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Mereka sangat kesulitan untuk menciptakan kualitas produk dalam pengembangan produk yang dihasilkan.

Selain itu, mereka juga dihadapkan dengan situasi pola perdagangan bebas yang cenderung merugikan. Salah satunya adalah banyaknya pesaing dibidang pemasaran kopi bubuk di Kecamatan Pupuan. Agar tidak kalah saing dengan UMKM lainnya, maka kopi Bali Mutiara dituntut harus terus meningkatkan kualitas produk dan promosi dalam memberikan atau menciptakan ciri khas yang dihasilkan dari kualitas produk. Dibuktikan dengan data penjualan yang diperoleh. Berikut data penjualan Kopi Bali Mutiara

Berdasarkan Tabel 1. Dibawah ini Dapat dilihat bahwa penjualan Kopi Bali Mutiara mengalami penurunan yang sangat drastis. Pada bulan Agustus mengalami penurunan sebesar 14% yaitu dengan jumlah 450 Kg dari 525 Kg pada bulan Juli. Pada bulan September juga mengalami penurunan sebesar 14% dengan jumlah 350 Kg

jumlah tersebut menurun dari bulan Agustus yaitu 450 Kg. Hal ini disebabkan karena penurunan keputusan pembelian pada produk Kopi Bali Mutiara. Kopi Bali Mutiara merupakan produk yang berbahan dasar *full* murni dari biji kopi alami tanpa adanya campuran bahan lainnya, hal tersebut yang dilakukan Kopi Bali Mutiara untuk memperkuat kualitas produknya.

Tabel 1.3
Penjualan Produk Kopi Bali Mutiara di Gerai Batungsel
Periode Bulan Juli s/d Bulan September Tahun 2023

No	Bulan	Produk Terjual
1	Juli	525 Kg
2	Agustus	450 Kg
3	September	375 Kg

Sumber: *Owner* Kopi Bali Mutiara

Akan tetapi selain kualitas produk, promosi juga yang menentukan adanya keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono (2018) mengatakan bahwa promosi merupakan faktor penting dalam mewujudkan tujuan penjualan suatu perusahaan. Dalam perusahaan, promosi sangat perlu dilakukan untuk mengenalkan produk yang ingin ditawarkan kepada konsumen. Agar konsumen bersedia menjadi pelanggan, mereka terlebih dahulu harus mencoba atau meneliti barang - barang yang diproduksi oleh perusahaan akan tetapi mereka tidak akan melakukan hal tersebut jika kurang yakin terhadap barang itu. Maka dari itu perlunya dilakukan promosi yang terarah seperti menyesuaikan dengan adanya kemajuan teknologi pada saat ini.

Pada UMKM Kopi Bali Mutiara ini awalnya hanya menggunakan strategi pemasaran produk yaitu dengan mulut ke mulut atau *word of mouth marketing*. Dengan berjalannya waktu Kopi Bali Mutiara dapat memperluas pangsa pasar dengan

menggunakan strategi *marketing* tersebut, Kopi ini sudah dipasarkan di seluruh provinsi Bali bagian selatan yaitu di Kabupaten Tabanan, Kabupaten Badung dan Kota Denpasar dengan cara bekerja sama dengan toko – toko yang ada di daerah tersebut. Dengan adanya kemajuan teknologi digital, Kopi Bali Mutiara ini juga menerapkan pemasaran digital dengan melakukan pemasaran sekaligus penjualan melalui social media seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Whatsapp*. Selain menggunakan sosial media, Kopi Bali Mutiara juga menggunakan platform Aplikasi *e-commerce* seperti *Shopee*, *Bukalapak*, *Lazada* dan *Tokopedia*. Akan tetapi berdasarkan hasil observasi melalui wawancara promosi melalui digital tersebut yang diterapkan oleh usaha Kopi Bali Mutiara kurang gencar dilakukan sehingga konsumen kurang dapat menjangkau sehingga dapat mengakibatkan penurunan keputusan pembelian.

Kotler (dalam Suciningtyas, 2012) menyatakan bahwa Keputusan pembelian diambil setelah melalui beberapa perhitungan dan pertimbangan alternatif. Sebelum pilihan dijatuhkan, ada beberapa tahap yang mungkin akan dilalui oleh pembuat keputusan. Proses keputusan pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut, yaitu: pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan perusahaan untuk menghadapi persaingan adalah melalui kegiatan promosi dan meningkatkan kualitas produk yang dimiliki perusahaan. Menurut Poespa, dkk (2020) menyatakan bahwa Pada umumnya konsumen memilih pemasaran yang dirasa nyaman dan berkomunikasi bahkan pada saat adanya pertanyaan yang ada pada diri konsumen yang ingin tahu lebih tentang produk yang

akan dibeli. Hal ini disebut juga sejalan dengan penelitian Claudy dan Dharmawan (2021) yang menyatakan bahwa pengaruh kualitas produk dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kualitas produk merupakan variabel yang mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk. Salah satu keunggulan dalam menjalankan bisnis adalah kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen (Kotler dan Keller, 2012). Menurut Rudyanto dkk (2020) kualitas produk sangatlah berpengaruh dalam pemasaran sebuah produk, apabila produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chandra (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk. Namun hasil penelitian tersebut berbeda dengan Supu dkk. (2021) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut Rukmayanti dan Fitriana (2022) menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebuah produk. Hal ini disebabkan semakin tinggi promosi yang dilakukan perusahaan maka semakin tinggi keputusan pembeli yang dilakukan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Salma (2022) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan Herawati dan Muslikah (2019) menyatakan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan informasi yang telah dijelaskan diatas maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian. Dari adanya latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, maka perlu dilakukan penelitian untuk menguji **“Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Bali Mutiara di Kecamatan Pupuan”**

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- (1) Terjadi penurunan penjualan pada produk Kopi Bali Mutiara di Pupuan karena, penurunan keputusan pembelian.
- (2) Kualitas produk Kopi Bali Mutiara yang kurang bagus dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
- (3) Terdapat sosial media dan *e-commerce* sebagai sarana promosi produk Kopi Bali Mutiara akan tetapi kurang gencar dilakukan.

1.3 Pembatasan Masalah

Terdapat banyaknya permasalahan pada latar belakang penelitian diatas maka perlu adanya pembatasan masalah agar dapat mencapai saran yang diharapkan, pembatasan masalah yang menjadi fokus penelitian ini adalah **“Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian”**.

1.4 Rumusan Masalah

Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas untuk menilai keputusan pembelian pada produk Kopi Bali Mutiara. Adapun variabel bebas tersebut adalah Pengaruh kualitas produk dan promosi. Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- (1) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Kopi Bali Mutiara?
- (2) Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Kopi Bali Mutiara
- (3) Apakah kualitas produk dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Kopi Bali Mutiara?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh sebagai berikut:

- (1) Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk Kopi Bali Mutiara
- (2) Untuk menguji pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada produk Kopi Bali Mutiara
- (3) Untuk menguji pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Kopi Bali Mutiara.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dua manfaat yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

(1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperluas ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran tentang pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian.

(2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan dan membantu pihak manajemen Kopi Bali Mutiara di Kecamatan Pupuan terkait dengan pengaruh kualitas produk, promosi dan keputusan pembelian

