

**PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KOPI TUBRUK DAN KOPI INSTAN
DI KOTA PALEMBANG**

Oleh

AHLIANDIKA ALFANTIS



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA
2014**

S
658.837207

Ahl
P
2014

23/05/2014



**PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KOPI TUBRUK DAN KOPI INSTAN
DI KOTA PALEMBANG**

Oleh

AHLIANDIKA ALFANTIS



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA
2014**

SUMMARY

AHLIANDIKA ALFANTIS. Consumer Behaviour in Buying Decision of brewed coffee and Instant Coffee at Palembang City (Supervised by **ELISA WILDAYANA and THIRTAWATI**).

The purpose of this study were 1) to determine the characteristics of brewed coffee and instant coffee consumer and 2) to determine the process of buying decision brewed coffee and instant coffee.

This research was conducted at Subdistrict Sialang, Distrik Sako and Subdistrik 2 Ulu, Disktrik Seberang Ulu I Palembang City, South Sumatera. The location was determinate purposively due to the criteria, that the location are include in the 10 most populous subdistrik in Palembang City and majority of people consume coffee. Data collecting process was done on February till March 2014 with Survey method, while the samping method use simple random sampling. The data collected in this research is primary adn secondary data. Primary data were obtained by direct observation and questionnaire interviews, while the secondary data were obtained by direct from the institution that related to this research.

The characteristics of brewed coffee and instant coffee were determined buty age, livelihood, education and household income. Both of brewed coffee and instant coffee consumer were characterized by age of > 40-55 years, livelihoods as housewife, education background from Senior High School, and house hold income in the medium scale (IDR 1.500.000 - IDR 2.500.000).

The stage of buying decision process consist of : 1). Latroduction needs, 2). Information Searching, 3). Alternative Assesment and 4). Consumer Decision. In the first and third stage were on the high criteria, while in the second stage (information searching) was in the middle criteria and the fourth stage which was decision making process was in the low criteria. Thats shows the respondents has already done the analysis proses to the product they bought.

From the research, it can be concluded that market research and buying decision process were important for the producen of brewed coffee and instant coffee to determine the strategy of marketing.

RINGKASAN

AHLIANDIKA ALFANTIS. Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Tubruk dan Kopi Instan di Kota Palembang (Dibimbing oleh ELISA WILDAYANA dan THIRTAWATI).

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui karakteristik konsumen kopi tubruk dan kopi instan dan 2) Untuk mengetahui proses pengambilan keputusan pembelian kopi tubruk dan kopi instan.

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Sialang Kecamatan Sako dan Kelurahan 2 Ulu Kecamatan Seberang Ulu I Kota Palembang. Penentuan lokasi ini dengan sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan karena tempat tersebut memenuhi kriteria penelitian yaitu kedua lokasi tersebut termasuk dalam 10 kecamatan terpadat di Kota Palembang dan mayoritas masyarakat di kedua wilayah penelitian meminum kopi tubruk dan kopi instan setiap harinya. Pelaksanaan pengumpulan data lapangan dilaksanakan pada bulan Februari sampai dengan Maret 2014. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode penarikan contoh yang digunakan pada penelitian ini adalah metode acak sederhana, yaitu mengambil dilakukan dengan cara mengundi dari seluruh jumlah KK di 2 wilayah. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara melakukan pengamatan dan wawancara langsung dengan melakukan pengisian kuisioner yang disiapkan sebelumnya. Sedangkan data sekunder diperoleh dari Dinas Perkebunan, Dinas Perindustrian dan

Perdagangan, Badan Pusat Statistika, Kantor Lurah Sialang dan Kantor Lurah 2 Ulu serta penelitian-penelitian terdahulu yang terkait dengan permasalahan yang diteliti.

Karakteristik konsumen kopi tubruk dan kopi instan dilihat dari usia, mata pencaharian, pendidikan, dan pendapatan baik kopi tubruk maupun kopi instan didominasi oleh konsumen usia >40-55 tahun, bermata pencaharian Ibu Rumah Tangga, pendidikan rata-rata SMA, dan pendapatan pada level menengah (Rp. 1.000.000 – Rp. 2.500.000).

Tahapan proses pengambilan keputusan terdiri dari 1). Tahap Pengenalan Kebutuhan ; 2). Pencarian Informasi ; 3). Penilaian Alternatif ; 4). Keputusan Konsumen. Tahap pertama dan ketiga berada pada dikriteria tinggi, sedangkan tahapan kedua atau pencarian informasi berada dikriteria sedang dan tahapan terakhir yaitu pengambilan keputusan berada dikriteria rendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden sudah melakukan proses analisis terhadap produk yang mereka beli.

Dari penelitian disimpulkan bahwa riset pasar merupakan hal penting dalam menentukan strategi pemasaran yang baik dan tepat bagi produsen kopi tubruk maupun kopi instan.

**PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KOPI TUBRUK DAN KOPI INSTAN
DI KOTA PALEMBANG**

**Oleh
AHLIANDIKA ALFANTIS**

SKRIPSI
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian

pada
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA

INDRALAYA
2014

Skripsi

**PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KOPI TUBRUK DAN KOPI INSTAN
DI KOTA PALEMBANG**

Oleh
AHLIANDIKA ALFANTIS
05101001006

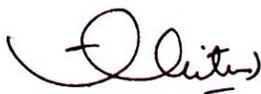
telah diterima sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian

Pembimbing I,



Dr. Ir. Hj. Elisa Wildayana, M.Si

Pembimbing II,



Thirtawati, S. P., M. Si

Palembang, Juni 2014

Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya

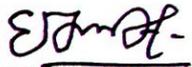
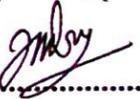
Dekan,



Dy. Ir. Erizal Sodikin
NIP. 19600211 198503 1 002

Skripsi berjudul “Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kopi Tubruk dan Kopi Instan di Kota Palembang” oleh Ahliandika Alfantis telah dipertahankan di depan Komisi Penguji pada tanggal 2 Juni 2014.

Komisi Penguji

- | | | |
|--------------------------------------|------------|---|
| 1. Dr. Ir. Hj. Elisa Wildayana, M.Si | Ketua | () |
| 2. Thirtawati, S. P., M. Si | Sekretaris | () |
| 3. Ir. Hj. Maryanah Hamzah, M.S | Anggota | () |
| 4. Desi Aryani, S. P., M. Si | Anggota | () |
| 5. Indri Januarti, S. P., M. Sc | Anggota | () |

Mengesahkan,
Ketua Jurusan Agribisnis



Ir. Muhammad Yazid, M. Sc., Ph. D
NIP. 196205 10198803 1 002

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya seluruh data dan informasi yang disajikan dalam skripsi ini, kecuali yang sudah disebutkan dengan jelas sumbernya adalah hasil praktik atau penelitian saya sendiri dan belum pernah atau tidak sedang dalam proses pengajuan sebagai syarat memperoleh gelar kesarjanaan atau gelar yang sama di tempat lain.

Indralaya, Juni 2014

Yang membuat pernyataan



Ahliandika Alfantis

RIWAYAT HIDUP

Penulis di lahirkan di Kota Palembang pada tanggal 24 April 1992 yang merupakan putri sulung dari pasangan Bapak Agus Suherwan, S.Pd dan Ibu Halimatussakdiah.

Penulis mengawali pendidikannya di Taman Kanak-Kanak Al-Mashri, pada tahun 1997 lalu mengenyam Sekolah Dasar di SD Negeri 4 Pangkalan Balai pada tahun 1998. Selesai menamatkan sekolah dasarnya penulis melanjutkan sekolahnya di SMP Negeri 1 Banyuasin III pada tahun 2004 dan menamatkan Sekolah Menengah Umumnya di SMA Negeri 1 Banyuasin III pada tahun 2010. Penulis kemudian terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Agribisnis pada tahun 2010 melalui Jalur Bidik Misi.

Selama masa kuliah di tahun pertama hingga sekarang, penulis aktif dalam organisasi kemahasiswaan menjadi sekretaris Departemen Komunikasi dan Informasi di Badan Eksekutif Mahasiswa Keluarga Mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian (BEM KM SOSEK). Selain itu, penulis juga merupakan asisten dosen untuk Mata Kuliah Ekonomi Makro.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis tujukan kepada Allah SWT, pemilik semesta alam, yang telah memberikan kekuatan, kesabaran, rahmat dan taufik-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan judul “Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Tubruk dan Kopi Instan di Kota Palembang”.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Orang tua terbaik dari Allah SWT yang telah memberikan seluruh kasih, doa, dan restu Bapak Agus Suherwan, S.Pd dan Ibu Halimatussakdiah
2. Ibu Dr. Ir. Hj. Elisa Wildayana, M.Si., selaku pembimbing I dan Ibu Thirtawati, S.P., M.Si., selaku pembimbing II. Terimakasih telah memberikan ilmu, bimbingan, bantuan, saran, doa, motivasi dan semangat serta kesabarannya dalam penyusunan skripsi ini.
3. Tim penguji Ibu Dr. Ir. Hj. Elisa Wildayana, M.Si., sebagai ketua, Ibu Thirtawati, S.P., M.Si., sebagai sekretaris, Ibu Ir. Hj. Maryanah Hamzah, M.S., Ibu Desi Aryani, S.P., M.Si., dan Ibu Indri Januarti, S.P., M.Sc., selaku dosen penguji, terimakasih atas saran dan perbaikan yang membantu dalam menyempurnakan skripsi ini.
4. Seluruh dosen yang telah memberikan ilmunya selama ini dan staf jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang selalu membantu kelancaran baik dalam bidang akademik maupun kemahasiswaan.
5. Saudara – saudara penulis Adek Akbar, Adek Panji, Era, Yuk Ica, Tante Titin, Om yan. Terimakasih telah memberikan dukungan dan motivasi.

6. Teman baik, teman diskusi dan penyemangat dan yang selalu menemani saat bimbingan ataupun saat penyusunan skripsi ini : M. Hidayatullah.
7. Teman – teman yang telah dianggap seperti saudara Shinta, Nindi, Elsy, Ria, Robin, Dian, Bowo, Mutek, Nabilah, Anin, Anggi, Yayak, Ami, Dio, Hilda dan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih atas bantuan dan masukan untuk skripsi penulis.
8. Sahabat-sahabatku yang selalu memotivasi penulis Rara, Tari, Rinda, Fahmi, Yamat, Asep, dan Arif. Terimakasih atas motivasi kalian semua.
9. Kakak – kakak tingkat agribisnis angkatan 2009 yang telah memberikan masukan dan saran untuk skripsi penulis.
10. Teman – teman seperjuangan agribisnis angkatan 2010 yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih atas masukan dan saran kalian dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran bersifat membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis. Akhir kata besar harapan penulis agar skripsi yang telah disusun ini dapat diterima dan diridhoi Allah SWT dan dapat bermanfaat bagi semua. Amin

Indralaya, Juni 2014



Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Kegunaan.....	9
II. KERANGKA PEMIKIRAN	
A. Tinjauan Pustaka.....	11
1. Tanaman Kopi.....	11
2. Kopi Instan.....	12
3. Kopi Tubruk.....	17
4. Pemasaran.....	18
5. Keterlibatan Konsumen.....	20
6. Perilaku Konsumen.....	21
7. Model Perilaku Konsumen.....	22
8. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen.....	23
9. Tahap-tahap dalam Proses Pembelian.....	24
B. Model Pendekatan.....	26

C. Hipotesis.....	28
D. Batasan Operasional.....	29
III. PELAKSANAAN	
A. Tempat dan Waktu	32
B. Metode	32
C. Metode Penarikan Contoh.....	32
D. Metode Pengumpulan Data.....	33
E. Metode Pengolahan Data	34
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Keadaan Umum Daerah	
1. Lokasi dan Batas Wilayah Administrasi	41
2. Keadaan Penduduk.....	42
3. Pendidikan.....	44
4. Agama	47
5. Sarana dan Prasarana.....	49
B. Karakteristik Konsumen Kopi di Kota Palembang	
1. Usia	51
2. Mata Pencaharian	53
3. Pendidikan.....	55
4. Pendapatan	56
C. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Kopi Tubruk dan Kopi Instan di Kota Palembang	
1. Tahapan Pengenalan Kebutuhan.....	61
2. Tahapan Pencarian Informasi.....	67

3. Tahapan Penilaian Alternatif.....	74
4. Tahapan Pengambilan Keputusan.....	83
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
1. Kesimpulan.....	92
2. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	97
DATA MAHASISWA	116

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Produksi Kopi Sumatera Selatan per Kabupaten/Kota Thn 2007-2012	4
2. Konsumsi Kopi Indonesia Tahun 2010 – 2016.....	5
3. Konsumsi Kopi Rumah Tangga di Sumatera Selatan Tahun 2007-2011	6
4. Pengambilan Sampel	33
5. Bobot Skala Likert	34
6. Indikator Tahapan Keputusan Konsumen dalam Pembelian Kopi pada Tahapan Pengenalan Kebutuhan dan Pencarian Informasi...	35
7. Kategori Indikator Tahapan Keputusan Konsumen dalam Pembelian Kopi pada Tahapan Pengenalan Kebutuhan dan Pencarian Informasi.....	36
8. Indikator Tahapan Keputusan Konsumen dalam Pembelian Kopi pada Tahapan Penilaian Alternatif.....	36
9. Kategori Indikator Tahapan Keputusan Konsumen dalam Pembelian Kopi pada Tahapan Penilaian Alternatif.....	38
10. Indikator Tahapan Keputusan Konsumen dalam Pembelian Kopi pada Tahapan Keputusan Konsumen.....	38
11. Kategori Indikator Tahapan Keputusan Konsumen dalam Pembelian Kopi pada Tahapan Keputusan Konsumen	40
12. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kelurahan Sialang, 2013	43
13. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kelurahan 2 Ulu, 2014	43
14. Prasarana Pendidikan di Kelurahan Sialang, 2014.....	44
15. Komposisi Penduduk di Kelurahan Sialang Menurut Tingkat Pendidikan, 2013	45

16. Prasarana Pendidikan di Kelurahan 2 Ulu, 2014.....	46
17. Komposisi Penduduk di Kelurahan 2 Ulu Menurut Tingkat Pendidikan, 2013	46
18. Jumlah Penduduk dan Agama yang Dianut di Kelurahan Sialang, 2014.....	47
19. Jumlah Penduduk dan Agama yang Dianut di Kelurahan 2 Ulu, 2014.....	48
20. Karakteristik Responden Kopi Tubruk Berdasarkan Usia.....	51
21. Karakteristik Responden Instan Berdasarkan Usia.....	52
22. Karakteristik Responden Kopi Tubruk Berdasarkan Pekerjaan ...	53
23. Karakteristik Responden Kopi Instan Berdasarkan Pekerjaan	54
24. Karakteristik Responden Kopi Tubruk Berdasarkan Pendidikan...	55
25. Karakteristik Responden Kopi Instan Berdasarkan Pendidikan.....	56
26. Karakteristik Responden Kopi Tubruk Berdasarkan Pendapatan ..	56
27. Karakteristik Responden Kopi Instan Berdasarkan Pendapatan	58
28. Tahapan Pengenalan Kebutuhan Kopi Tubruk	62
29. Kesimpulan Tahapan Pengenalan Kebutuhan Kopi Tubruk.....	63
30. Alasan Responden Memilih Jenis Kopi dalam Tahap Pengenalan Kebutuhan	63
31. Tahapan Pengenalan Kebutuhan Kopi Instan	64
32. Kesimpulan Tahapan Pengenalan Kebutuhan Kopi Instan	65
33. Alasan Responden Memilih Jenis Kopi dalam Tahap Pengenalan Kebutuhan	66
34. Tahapan Pencarian Informasi Kopi Tubruk	68
35. Kesimpulan Tahapan Pencarian Informasi Kopi Tubruk	70

36. Sumber Informasi di Tahap Pencarian Informasi Kopi Tubruk.....	71
37. Tahapan Pencarian Informasi Kopi Instan	71
38. Kesimpulan Tahapan Pencarian Informasi Kopi Instan	73
39. Sumber Informasi di Tahap Pencarian Informasi Kopi Instan.....	74
40. Tahapan Penilaian Alternatif Kopi Tubruk	76
41. Kesimpulan Tahapan Penilaian Alternatif Kopi Tubruk.....	78
42. Tahapan Penilaian Alternatif Kopi Instan	73
43. Kesimpulan Tahapan Penilaian Alternatif Kopi Instan.....	81
44. Tahapan Pengambilan Keputusan Kopi Tubruk	84
45. Kesimpulan Tahapan Pengambilan Keputusan Kopi Tubruk	85
46. Tahapan Pengambilan Keputusan Kopi Instan	86
47. Kesimpulan Tahapan Pengambilan Keputusan Kopi Instan	87
48. Jenis Kopi yang Dikonsumsi.....	89
49. Tempat Pembelian Kopi.....	90



I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang hampir semua pulau-pulaunya dapat ditanami dan ditumbuhi oleh berbagai macam tanaman, baik tanaman pangan maupun non pangan semua dapat tumbuh dengan subur di tanah Indonesia sehingga Indonesia mendapatkan julukan untai zamrud di khatulistiwa. Sektor pertanian merupakan sektor yang masih dominan dalam sektor-sektor ekonomi Indonesia, karena sektor pertanian memberikan kontribusi sebesar 24,55 persen yang meliputi subsektor tanaman pangan, perkebunan, peternakan, kehutanan dan perikanan. Sektor pertanian merupakan sektor basis atau dasar untuk kemajuan ekonomi Indonesia (Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Selatan, 2011).

Sektor pertanian yang berhasil merupakan prasyarat bagi pembangunan sektor industri dan jasa. Para perancang pembangunan Indonesia pada awal masa pemerintahan orde baru menyadari benar hal tersebut, sehingga pembangunan jangka panjang dirancang secara bertahap. Tahap pertama, pembangunan dititikberatkan pada pembangunan sektor pertanian dan industri penghasil sarana produksi pertanian. Tahap kedua, pembangunan dititikberatkan pada industri pengolahan penunjang pertanian (agroindustri) yang selanjutnya secara bertahap dialihkan pada pembangunan industri mesin dan logam. Rancangan pembangunan seperti demikian, diharapkan dapat membentuk struktur perekonomian Indonesia yang serasi dan seimbang, tangguh menghadapi gejolak internal dan eksternal. Pentingnya peran

sektor pertanian dalam pembangunan ekonomi suatu negara juga dikemukakan oleh hal-hal sebagai berikut: (1) mensuplai makanan pokok dan bahan baku bagi sektor lain dalam ekonomi yang berkembang, (2) menyediakan surplus yang dapat diinvestasikan dari tabungan dan pajak untuk mendukung investasi pada sektor lain yang berkembang, (3) membeli barang konsumsi dari sektor lain, sehingga akan meningkatkan permintaan dari penduduk perdesaan untuk produk dari sektor yang berkembang, dan (4) menghapuskan kendala devisa melalui penerimaan devisa dengan ekspor atau dengan menabung devisa melalui substitusi impor (Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Selatan, 2010).

Perkebunan merupakan suatu kegiatan yang mengusahakan tanaman tertentu pada tanah dan/atau media tumbuh lainnya dalam ekosistem yang sesuai, mengolah dan memasarkan barang dan jasa hasil tanaman tersebut, dengan bantuan ilmu pengetahuan dan teknologi, permodalan serta manajemen untuk mewujudkan kesejahteraan bagi pelaku usaha perkebunan dan masyarakat. Lahan perkebunan adalah lahan usaha pertanian yang luas, biasanya terletak di daerah tropis atau subtropis, yang digunakan untuk menghasilkan komoditas perdagangan (pertanian) dalam skala besar dan dipasarkan ke tempat yang jauh, bukan untuk konsumsi lokal (Anonim, 2013).

Perkebunan terdiri dari perkebunan besar dan perkebunan rakyat. Perkebunan besar adalah perkebunan milik pemerintah yang dikelola oleh PTP Nusantara, sedangkan perkebunan rakyat adalah perkebunan yang dikelola oleh rakyat. Perkebunan PTP Nusantara menghasilkan tanaman seperti teh, karet, kelapa sawit, dan lain-lain. Perkebunan rakyat menghasilkan tanaman seperti karet, kopi, kelapa sawit, dan lain-lain. Selama tahun 2011, karet, kelapa sawit dan kopi merupakan

komoditas yang memproduksi secara signifikan dibandingkan komoditas perkebunan lainnya. Produksi komoditas ini berturut-turut mencapai 1.113.140 ton, 253.181 ton, dan 67.382 ton (Badan Pusat Statistik, 2013).

Produksi kopi Indonesia saat ini mencapai 600.000 ton per tahun. Lebih dari 80% produksi tersebut berasal dari perkebunan rakyat, dimana perkebunan ini merupakan kumpulan dari kebun-kebun kecil yang dimiliki oleh petani dengan luas lahan antara 1 sampai 2 hektar. Produksi kopi Indonesia sebagian besar yaitu antara 50% sampai 80% diekspor dan selebihnya untuk konsumsi domestik. Ekspor kopi Indonesia hampir seluruhnya dalam bentuk biji kering dan hanya sebagian kecil (0,5%) dalam bentuk hasil olahan (Najiyati, 2007). Negara tujuan ekspor kopi Indonesia masih didominasi oleh negara-negara Eropa, USA, dan beberapa negara Asia seperti Jepang, Malaysia, Korea Selatan, Taiwan, Philipina, Singapura dan beberapa negara Afrika seperti Afrika Selatan, Mesir dan UEA (Gabungan Ekportir Kopi Indonesia, 2012).

Produksi ekspor kopi di Indonesia didominasi oleh kopi Robusta. Kopi robusta ini diproduksi dari kawasan segitiga kopi Indonesia yang meliputi Provinsi Lampung, Sumatera Selatan dan Bengkulu. Ketiga provinsi ini merupakan daerah penghasil kopi robusta utama di Indonesia. Salah satu hasil produksi ekspor di Indonesia berasal dari Provinsi Sumatera Selatan. Hasil produksi tersebut berupa biji kering (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2013).

Produksi kopi Sumatera Selatan dari tahun 2007 sampai dengan tahun 2012 mengalami pasang surut peningkatan, yaitu dari 130.298 ton pada tahun 2007 sampai dengan tahun 2010 terus mengalami peningkatan produksi. Namun tahun 2011 dan 2012 mengalami penurunan dari 152.257 menjadi 136.987 ton pada tahun 2012

menjadi 136.987 ton atau meningkat sebesar 5.689 ton. Informasi tentang produksi kopi Sumatera Selatan per Kabupaten/Kota dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Produksi Kopi di Sumatera Selatan per Kabupaten/Kota Tahun 2007-2012

No	Kabupaten/Kota	Produksi (ton)					
		2007	2008	2009	2010	2011	2012
1	OKU	15.203	21.504	26.865	30.851,10	40.778	24.813
2	OKI	814	1.048	635	691	614	614
3	Muara Enim	14.660	24.357	24.335	25.125	12.564	12.566
4	Lahat	55.426	21.035	26.151,79	21.161,26	20.195	20.195
5	Musi Rawas	5.395	1.770	2.327,30	2.180,50	2.079	2.079
6	Musi Banyuasin	137	137	122	122	122	121
7	Banyuasin	1.503	1.103	677,02	2.249,80	1.118	1.822
8	OKU Selatan	23.205	26.108	29.722	32.949,04	32.949	32.949
9	OKU Timur	0	1.837	1.357,94	1.250	1.250	1.250
10	Ogan Ilir	0	0	0	0	0	0
11	Prabumulih	0	0	0	0	0	0
12	Pagar Alam	33.720	33.720	5.337,23	11.374,95	11.375	11.375
13	Lubuk Linggau	407	407	434,69	678,80	531	531
14	Empat Lawang	28.208	22.310	31.411	33.625	28.672	28.672
Total		130.298	155.372	153.380,97	1622.58,51	152.257	136.987

Sumber: BPS 2013 (Sumsel dalam Angka)

Konsumsi kopi domestik selama beberapa tahun terakhir tidak mengalami perkembangan yang berarti. Pasar domestik diperkirakan hanya mampu menyerap sekitar 25% dari total produksi kopi nasional. Oleh karena itu, sudah saatnya bagi Indonesia melakukan terobosan guna meningkatkan daya serap kopi domestik dan upaya ini masih sangat terbuka karena tingkat konsumsi domestik masih sangat rendah yaitu di bawah 0,5 kg/kapita/tahun (Najiyati, 2007).

Kopi merupakan minuman kegemaran di hampir setiap negara di dunia termasuk Indonesia. Seiring dengan kemajuan zaman kehidupan manusia ikut berubah segala sesuatunya menginginkan serba cepat atau instan. Termasuk minuman kopi yang sudah mulai serba instan. Hal ini disebabkan karena semakin kompleksnya aktivitas manusia yang cenderung menuntut kepraktisan menyebabkan adanya perubahan perilaku konsumen yang dulunya mengkonsumsi kopi tubruk,

sekarang beralih mengkonsumsi kopi instan. Perubahan perilaku konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa bukan hanya disebabkan oleh aktivitas manusia yang semakin kompleks, tetapi dipengaruhi juga oleh budaya, sosial, kepribadian dan kejiwaan (Kotler, 1997).

Menurut Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia kebutuhan kopi dan konsumsi kopi di Indonesia dari tahun 2010-2012 mengalami peningkatan dilihat dari Tabel 2. Meningkatkan kebutuhan dan konsumsi kopi ini disinyalir karena pertumbuhan jumlah penduduk yang meningkat mengakibatkan permintaan terhadap kopi pun meningkat pula. Ramalan terhadap kebutuhan dan konsumsi kopi ini juga mengalami peningkatan dari tahun ke tahunnya. Seiring dengan bertambahnya penduduk kebutuhan akan mengkonsumsi kopi pun meningkat.

Tabel 2. Konsumsi Kopi Indonesia Tahun 2010-2016

No	Tahun	Jumlah Penduduk (jiwa)	Kebutuhan Kopi (Ton)	Konsumsi Kopi (Kg/kapita/tahun)
1	2010	237.000.000	190.000	0,80
2	2011	241.000.000	210.000	0,87
3	2012	245.000.000	230.000	0,94
4	2013**	249.000.000	250.000	1,00
5	2014**	253.000.000	260.000	1,03
6	2015**	257.000.000	280.000	1,09
7	2016**	260.000.000	300.000	1,15

Keterangan :

** Estimasi

Sumber: Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia, 2012

Konsumsi kopi tubruk dalam beberapa tahun terakhir ini mengalami peningkatan. Peningkatan ini disebabkan produksi kopi mengalami peningkatan dan membaiknya harga kopi di pasar Internasional. Sebagian besar kopi produksi Sumatera Selatan dijadikan salah satu komoditi unggulan ekspor, sehingga harga kopi untuk kebutuhan konsumsi tubruk juga ikut meningkat. Tabel 3 berikut ini menunjukkan konsumsi kopi rumah tangga di Sumatera Selatan pada setiap tahunnya.

Tabel 3. Konsumsi Kopi Rumah Tangga di Sumatera Selatan Tahun 2007-2011

Tahun	Ton (Kopi)
2007	138.421
2008	140.760
2009	143.280
2010	147.750
2011	148.267
Total	718.478

Sumber : Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Selatan, 2012

Data yang ditampilkan dalam Tabel 3 adalah data proyeksi persentase pertumbuhan konsumsi dari tahun 2007 sampai dengan 2011, dimana data tersebut merupakan data konsumsi kopi bubuk rumah tangga, akan tetapi bisa dijadikan gambaran permintaan (*demand*) kopi rumah tangga walaupun tidak semua kopi yang dikonsumsi oleh rumah tangga berasal dari Provinsi Sumatera Selatan, melainkan dari provinsi tetangga yaitu Provinsi Lampung dan Provinsi Bengkulu. Tabel 3 di atas terlihat bahwa terjadi peningkatan konsumsi kopi total konsumsi, setiap tahunnya mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Tahun 2007 tingkat konsumsi kopi sebesar 138.421 ton, kemudian meningkat pada tahun 2008 sebesar 140.760 ton, dan terus menerus mengalami peningkatan pada tahun 2009 sampai dengan Tahun 2011.

Data Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan (2013) menunjukkan bahwa Kota Palembang merupakan kota dengan penduduk terbanyak di Provinsi Sumatera Selatan. Kota Palembang adalah ibukota Provinsi Sumatera Selatan yang merupakan pusat dari segala kegiatan, baik dalam kegiatan pemerintahan maupun dalam kegiatan pembangunan. Banyaknya penduduk Kota Palembang mengakibatkan permintaan akan sejumlah barang pokok maupun pelengkap semakin meningkat. Masyarakat Kota Palembang memiliki kebiasaan untuk sarapan sebelum melakukan aktivitas. Kebiasaan itu berupa menyeduh kopi di pagi hari. Masyarakat kota

cenderung sibuk menginginkan produk cepat saji dan instan. Masyarakat memiliki kebiasaan meminum kopi setiap harinya. Berbagai kalangan usia menggemari minuman kopi dengan tujuan konsumsi yang berbeda-beda, salah satunya untuk sekedar menambah kesegaran. Berdasarkan macamnya, kopi dibedakan menjadi 2 jenis yaitu kopi tubruk dan kopi instan (Rukhbaniyah, 2013).

Masyarakat Kota Palembang bukan hanya penikmat kopi tubruk tetapi juga kopi instan. Selain aroma kopi yang selalu menggoda siapa saja, minum kopi juga sangat nikmat sehingga disukai oleh banyak kalangan baik dari segi umur, strata sosial, karena mengikuti perubahan bahkan sudah menjadi gaya hidup. Kedua kopi tersebut mempunyai cita rasa yang berbeda serta mempunyai keunggulan yang berbeda pula. Kopi tubruk merupakan kopi tradisional yang umumnya lebih keras karena bubuk kopi murni yang langsung diseduh dengan air mendidih, teksturnya lebih kasar, lebih banyak mengandung ampas, aroma kopi yang lebih menyengat, mempunyai efek samping yang lebih tinggi serta tingkat kekentalan yang bisa disesuaikan dengan lidah penikmatnya. Sedangkan kopi instan merupakan kopi yang sudah siap saji serta sudah mengandung takaran tertentu. Kopi instan mempunyai aroma yang harum, tidak banyak mengandung ampas serta memiliki berbagai varian rasa (Dewi, 2012).

Sebagian masyarakat beranggapan bahwa minum kopi merupakan minuman yang berkonotasi negatif bagi kalangan tertentu karena kurang baik untuk kesehatan, sedangkan minum susu atau minuman ringan lainnya dipersepsikan sebagai minuman kelas sosial tingkat menengah dan atas. Padahal di negara yang lebih maju menganggap minum kopi sebagai minuman terpenting dalam pergaulan, karena minum kopi telah dianggap sebagai bagian dari gaya hidup. Faktor psikologis

konsumen juga menunjukkan bahwa kecenderungan seseorang mengkonsumsi kopi masih terbatas pada motivasi untuk menghilangkan rasa haus, dan belum mengetahui secara luas manfaat dari kopi (Jayakusumah, 2011)

Pemasaran kopi sangat berkembang pesat baik di pasar modern maupun pasar tradisional. Perkembangan pemasaran kopi yang pesat di pasar modern memudahkan konsumen untuk membelinya, meskipun demikian tidak menyurutkan pemasaran kopi di pasar-pasar tradisional. Pasar tradisional merupakan salah satu tempat dimana produk kopi dapat diperjualkan, sehingga penting bagi produsen kopi memahami perilaku konsumen kopi yang membeli di pasar tradisional. Sampai sekarang konsumen kopi masih banyak yang membeli kopi di pasar-pasar tradisional, karena sebagian konsumen menganggap bahwa penjualan kopi di pasar tradisional harganya lebih terjangkau daripada di pasar-pasar modern, salah satunya penjualan kopi di pasar tradisional Kota Palembang. Biasanya konsumen membeli kopi dilakukan bersamaan pada saat berbelanja sayuran, lauk pauk atau kebutuhan lainnya di pasar tradisional sehingga konsumen lebih praktis membeli kopi di pasar tradisional.

Pemasaran kopi di pasar tradisional Kota Palembang tidak hanya kopi tubruk saja akan tetapi banyak juga menjual kopi instan. Banyaknya iklan yang menjamur di televisi mengakibatkan pola minum kopi dari para konsumen kopi mengalami perubahan. Perilaku konsumen terhadap kopi itu dipengaruhi oleh tingkat harga, pendidikan, umur, dan tingkat pendapatan dari konsumen kopi.

Peneliti memilih lokasi penelitian di Kecamatan Sako Kelurahan Sialang dan Kecamatan Seberang Ulu I Kelurahan 2 Ulu, karena pertimbangan latar belakang dan pendapatan masyarakat yang beragam dari masyarakat yang pada dasarnya

perekonomiannya kelas bawah, menengah dan atas. Sehingga memicu beragamnya tingkat konsumsi, kebiasaan atau perilaku berbelanja, dan beragamnya keputusan mereka dalam memilih kopi yang akan dibeli. Mayoritas ibu rumah tangga adalah pengambilan dan penentu keputusan dalam pembelian suatu produk. Sehingga sampel dari penelitian ini adalah ibu rumah tangga.

Berbagai alasan itulah yang membuat penulis tertarik untuk mengangkat tema tentang perilaku konsumen dan mengambil masalah tentang kopi, sehingga penulis mengambil judul tentang “Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Tubruk dan Kopi Instan di Kota Palembang”.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian identifikasi masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan masalahnya adalah:

1. Bagaimana karakteristik konsumen dalam pembelian produk kopi di Kota Palembang?
2. Bagaimana proses pengambilan keputusan pembelian kopi di Kota Palembang?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan karakteristik dari konsumen kopi tubruk dan kopi instan
2. Untuk menganalisis proses pengambilan keputusan pembelian kopi tubruk dan kopi instan

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan dapat memberikan informasi dan gambaran kepada semua pihak terkait dengan perilaku konsumen.
2. Diharapkan dapat menjadi tambahan pustaka bagi peneliti lain yang memerlukan di masa mendatang.
3. Bagi penulis dapat menambah pengetahuan dan pengalaman serta untuk syarat penyelesaian studi.

DAFTAR PUSTAKA

- AAK. Budidaya Tanaman Kopi. 1988 Yogyakarta: IKAPI.
- Anonim. Instant coffee (online). (http://en.wikipedia.org/wiki/Instant_coffee, diakses pada tanggal 10 Januari 2014)
- Anonim. Kopi Tubruk (online). (<http://coffeejoss.host22.com/support/tubruk.html>, diakses pada tanggal 10 Januari 2014)
- Anonim. Perkebunan (online). (<http://id.wikipedia.org/wiki/Perkebunan>, diakses pada tanggal 10 Januari 2014)
- Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI). 2012. Konsumsi Kopi Domestik. (<http://www.aeki-aice.org/page/konsumsi-kopi-domestik/id>, diakses pada 10 Desember 2013)
- Badan Pusat Statistika. 2013. Sumsel dalam angka. BPS Provinsi Sumatera Selatan. Palembang
- Berkowitz, E.N. et al., 2000. Marketing . sixth edition. The Mc Graw-Hill companies Inc., Nort- America.
- Boyd, Harper, W; Orville, C, Walker; dan Jean, Claude, Lorreche. 2000. Manajemen Pemasaran. Jilid I Edisi Kedua. Erlangga. Jakarta.
- Daniel, M. 2004. Pengantar Ekonomi Pertanian. Bumi Aksara, Jakarta.
- Dewi, Desintya. 2012. Sehat Dengan Secangkir Kopi. Surabaya: Stomata.
- Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Selatan. 2012. Penyusunan Database Supply dan Demand Komoditi Kopi di Provinsi Sumatera Selatan. Palembang.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Selatan. 2010. Laporan Pelayanan Informasi Pasar. Kantor Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Selatan. Palembang.
- _____. 2011. Laporan Pameran Java Expo 2011. Kantor Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Selatan. Palembang.
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2013. Kopi berkelanjutan (online) (<http://ditjenbun.deptan.go.id/pascapanen/berita-203-kopi-berkelanjutan-.html> diakses 10 Desember 2013).

- Engel, Blackwel, dan Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*, edisi keenam, Jilid 2. Binarupa Aksara. Jakarta
- Gabungan Eksportir Kopi Indonesia. 2012. *Ekspor* (online). (<http://gaeki.or.id/ekspor/>, diakses 16 November 2013)
- Hendry, Assael. 1992. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Jayakusumah. Herdi 2011. *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian teh celup sariwangi*. Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Ind eks.
- _____. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Jilid 1. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- _____. 2005. *Manajamen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lamb, Hair, Mc Daniel. 2001. *Pemasaran (terjemahan)*. Edisi Bahasa Indonesia, Jilid Pertama. Salemba empat. Jakarta.
- Monografi kantor Lurah 2 Ulu. 2014. Palembang
- Monografi kantor Lurah Sialang. 2014. Palembang
- Mowen, J.C dan Michael M. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid I. (*Diterjemahkan oleh: Lina Salim*). Erlangga. Jakarta.
- Radiosunu. 1990. *Manajemen Pemasaran cetakan ke-1*. Penerbit PT. Bumi Aksara. Jakarta
- Setiadi, N. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media
- Simamora, B. 2003. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Solomon, M. 2002. *Consumer Behavior*. Prentice-Hall International, Inc
- Sugiono. 2007. *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung.
- Sumarwan, U. 2003. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indoncsia. Jakarta.
- Suparman. 1990. *Statistik Sosial*. Rajawali Pers, Jakarta.
- Suryoto, Danang. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran Perilaku Konsumen*. PT. Buku Seru. Jakarta
- Sukotjo dan Swasta, B. 1995. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.

[USDA] United States Department of Agriculture. . 2002. Plants Profile for Coffea Arabica L (online). (<http://plants.usda.gov/java/profile?symbol=COAR2> diakses 21 Maret 2014)

Walgito, B. 2003. Psikologi Sosial (Suatu Pengantar). Penerbit Andi. Yogyakarta

Widayanti, Dewi. 2009. Sikap Konsumen Pasar Swalayan Terhadap Produk Teh Hijau di Kota Surakarta.

Wilkie, William L., 1990. Consumer Behavior. Second Edition. John Wiley & Son, Inc., Canada.