

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi luwak merupakan kopi dengan harga jual tertinggi di dunia dengan harga Rp.4.000.000/Kg. Proses dan rasanya sangat unik menjadi alasan utama tingginya harga jual kopi luwak. Penyebabnya adalah cita rasa dan aroma kopi luwak yang khas dalam kandungan protein, kafein dan lemak. Kenikmatan kopi luwak pada dasarnya sudah diketahui semenjak penjajahan Belanda di tanah air. Namun, kabar mengenai kenikmatan kopi luwak ini baru dikenal luas pada tahun 1980an oleh para penggemar kopi dunia. Cita rasa yang sangat berbeda pada kopi luwak dengan jenis kopi pada umumnya menjadikan harga kopi luwak menjadi sangat mahal dan bisa dikatakan tidak terjangkau oleh kalangan menengah ke bawah, Kopi Luwak adalah jenis kopi olahan dengan bahan dasar berasal dari biji kopi terbaik yang telah dimakan oleh luwak dan melewati saluran pencernaan luwak kemudian keluar lagi bersama kotorannya. Biji kopi yang keluar bersama kotoran luwak berupa gumpalan memanjang dan terdiri dari biji kopi yang bercampur lendir, yang sebelumnya telah mengalami proses fermentasi dalam perut luwak (Budiman, 2012).

Menurut Irsa Izriyani Marbun (2014) Kopi Luwak di Indonesia diproduksi di berbagai daerah antara lain Gayo (Aceh), Sidikalang Desa Janji Maria kecamatan Barumon Tengah, Kabupaten Padang, kota Pagaralam, kota Bumi Lampung, Jawa Barat dan masih banyak lagi. Jenis kopi luwak yang dijual di Indonesia ada beberapa tipe yaitu brenjel kopi luwak, gabah kopi luwak, biji kopi luwak dan bubuk kopi luwak yang siap seduh. Kopi luwak yang penulis teliti merupakan bubuk kopi luwak yang siap seduh.

Kotler dan Keller (2007) menyatakan, bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, psikologis. Demikian masih sulit untuk menentukan faktor apakah yang lebih dominan yang mempengaruhi konsumen dalam hal keputusannya. Ada kalanya faktor sosial lebih dominan dibanding faktor lainnya dalam hal pembelian barang mewah. Tetapi ada kalanya juga faktor psikologis lebih dominan dari faktor lainnya dalam hal pembelian

produk yang dibeli tanpa perencanaan sebelumnya. Irsa Izriyani Marbun (2014) menyatakan, bahwa keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses keputusan konsumen dimana konsumen benar-benar membeli produk. Adapun faktor yang mempengaruhi konsumen dalam hal keputusan pembelian, berarti faktor tersebut memiliki perannya masing-masing dalam mempengaruhi perilaku konsumen.

Belakangan ini keberadaan kopi luwak di Indonesia semakin populer, Hal ini mungkin karena konsumen lebih menyukai rasa kopi luwak yang lebih enak, aromanya lebih sedap serta tingkat kafein yang lebih rendah dari jenis kopi yang lain. Meningkatnya konsumsi kopi luwak di Indonesia memberikan peluang bagi perusahaan-perusahaan untuk menciptakan produk kopi luwak, dimana perusahaan memperhatikan apa yang dibutuhkan dan apa yang diinginkan konsumen dari kopi luwak. Banyaknya perusahaan yang menghasilkan produk kopi luwak, maka banyak pula kopi luwak yang ditawarkan kepada konsumen. Hal tersebut menjadikan konsumen dapat menentukan pilihannya sesuai dengan apa yang diinginkan (Belgis Novel, 2015).

Berbagai upaya bisa dilakukan oleh produsen dalam menarik konsumen agar tertarik untuk membeli ke CV. Dwi Putra Laksana, sehubungan dengan hal tersebut maka perlu dilakukan penelitian mengenai perilaku konsumen kopi luwak. CV. Dwi Putra Laksana merupakan salah satu produsen kopi luwak dibawah naungan binaan TNI-AD. Karena sudah lama berproduksi, CV. Dwi Putra Laksana sudah cukup terkenal di kalangan penikmat kopi di Kabupaten Garut sampai pulau jawa, bahkan beberapa konsumen saat ini kerap meminta tambahan pasokan untuk kiriman ke luar kota maupun ke luar negeri. Menurut pengamatan yang dilakukan, kopi luwak hanya dijual di beberapa wilayah tertentu di Kabupaten Garut, dengan harga yang tidak murah dan rasa khasnya.

Penulis memilih CV. Dwi Putra Laksana sebagai tempat penelitian karena CV. Dwi Putra Laksana merupakan pelopor berdirinya perusahaan di Kabupaten Garut yang memiliki lokasi strategis di Kabupaten Garut, sehingga memiliki pangsa pasar yang cukup luas. Oleh karena itu perlu dilakukan studi tentang perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk kopi luwak di CV. Dwi Putra Laksana.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

- 1) Bagaimana perkembangan permintaan dan penawaran terhadap kopi luwak di CV. Dwi Putra Laksana?
- 2) Apakah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap perilaku konsumen kopi luwak di CV. Dwi Putra Laksana?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Menganalisis perkembangan permintaan dan penawaran terhadap kopi luwak di CV. Dwi Putra Laksana.
- 2) Menganalisis pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis secara simultan maupun parsial terhadap perilaku konsumen kopi luwak di CV. Dwi Putra Laksana.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

- 1) Penulis, dapat menjadi sarana untuk meningkatkan dan mengembangkan kemampuan dibidang pemasaran khususnya dalam perilaku konsumen, dan menambah wawasan dalam usaha kopi luwak.
- 2) Pengusaha, Sebagai bahan referensi, serta menjadi bahan pertimbangan pengambilan keputusan dan pengembangan untuk menentukan langkah selanjutnya dalam menjalankan usaha kopi luwak.
- 3) Pemerintah, sebagai bahan pertimbangan untuk pembuatan kebijakan mengenai pengembangan usaha kopi luwak.