



**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN KOPI DI KABUPATEN
JEMBER SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP STRATEGI
PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI
KOPI BUBUK LOKAL**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Pendidikan Program Strata Satu
Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian Universitas jember

Oleh

Trias Primadani
NIM 071510201072

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN/AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ibunda Prihartini dan Ayahanda Hadi Purnomo yang tercinta;
2. Guru-guruku sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi;
3. Almamater Fakultas Pertanian Universitas Jember.

MOTO

*Jangan bersandar kepada orang lain. Mereka dapat mengecewakanmu. Bersandarlah pada Tuhan. Dia tak akan mengecewakanmu.
(Wiz Kanadi) **

*Tugas kita bukanlah untuk meyakini sesuatu yang tidak mungkin, tetapi melakukan yang bisa kita lakukan untuk membatalkan yang tadinya kita rasakan tidak mungkin. Dengan hati baikmu, pikiran sehatmu, dan tubuh tegapmu, lakukanlah yang mungkin, untuk mencapai yang tadinya tidak mungkin
(Mario Teguh) **)*

*Cinta sejati tidak akan dapat dihancurkan oleh masalah, dilemahkan oleh waktu dan dipisahkan oleh jarak
(Amanda Adriani) ***)*

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Trias Primadani

NIM : 071510201072

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul: "Analisis Perilaku Konsumen Kopi di Kabupaten Jember Serta Implikasinya Terhadap Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi Bubuk Lokal" adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 12 April 2012

Yang Menyatakan,

Trias Primadani
NIM 071510201072

SKRIPSI

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN KOPI DI KABUPATEN
JEMBER SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP STRATEGI
PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI
KOPI BUBUK LOKAL**

Oleh

Trias Primadani
NIM 071510201072

Pembimbing

Pembimbing Utama : Dr. Ir. Joni Murti Mulyo Aji, M.Rur.M

Pembimbing Anggota : Ir. M. Sunarsih, M.S.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: “Analisis Perilaku Konsumen Kopi di Kabupaten Jember Serta Implikasinya Terhadap Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi Bubuk Lokal” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Pertanian pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 12 April 2012
Tempat : Fakultas Pertanian Universitas Jember

Tim Penguji:
Penguji 1,

Dr. Ir. Joni Murti Mulyo Aji, M.Rur.M
NIP 197006261994031002

Penguji 2,

Penguji 3,

Ir. M. Sunarsih, M.S.
NIP 194812271980102001

Ir. Anik Suwandari, M.P
NIP 196404281990022001

Mengesahkan
Dekan,

Dr. Ir. Bambang Hermiyanto, MP.
NIP 196111101988021001

RINGKASAN

Analisis Perilaku Konsumen Kopi di Kabupaten Jember Serta Implikasinya Terhadap Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi Bubuk Lokal. Trias Primadani, 071510201072. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian. Universitas Jember.

Adanya fenomena bahwa meskipun jumlah konsumsi kopi bubuk masyarakat Jember tinggi, akan tetapi kopi yang dikonsumsi bukanlah kopi buatan rakyat (usaha kecil) melainkan kopi bubuk buatan pabrik (manufaktur). Sehingga mengharuskan agroindustri kopi bubuk lokal untuk mengembangkan produk kopi agar dapat lebih diterima oleh konsumennya. Pengembangan tersebut pastinya tidak terlepas dari persepsi dan karakteristik konsumen yang diinginkan dalam produk olahan kopi serta faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap kopi.

Penelitian ini yang dilakukan di Kabupaten Jember bertujuan untuk mengetahui (1) persepsi konsumen terhadap produk kopi bubuk lokal (2) faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap kopi (3) karakteristik yang dipentingkan konsumen kopi bubuk dari minuman kopi (4) strategi pengembangan produk yang tepat untuk kopi lokal. Daerah penelitian ditentukan dengan sengaja (*purposive method*) dan metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, korelasional dan analitik. Metode pengambilan contoh dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*, yaitu 100 konsumen kopi bubuk di Kabupaten Jember. Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer diperoleh melalui wawancara berdasarkan kuisisioner yang disusun. Analisis data yang digunakan adalah (1) analisis hierarkhi proses dan (2) analisis faktor.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Persepsi dari responden menyatakan bahwa pelaku dalam industri kopi yaitu kopi Kapal Api lebih diutamakan dibandingkan kopi bubuk lokal dan kopi *branded* lain; (2) Berdasarkan hasil analisis faktor secara berturut-turut adalah faktor 1 (Ketersediaan dan Promosi Produk), Faktor 2 (Harga dan Pengaruh Lingkungan), dan Faktor 3 (Kualitas produk) merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi

konsumen dalam pembelian kopi bubuk di Kecamatan Kaliwates, Kecamatan Jelbuk dan Kecamatan Balung (3) Berdasarkan persepsi responden, karakteristik yang dipentingkan konsumen kopi bubuk dari minuman kopi dengan membandingkan antara beberapa merek produk kopi yang diteliti secara berturut-turut adalah harga (St2), produk (St1), promosi (St4), tempat (St3) yang harus dilaksanakan untuk mendukung strategi pengembangan produk kopi bubuk lokal; (4) Berdasarkan persepsi responden, strategi produk secara detail berturut-turut adalah rasa (P5), aroma (P6), merek (P4), kepraktisan (P1), desain kemasan (P3), ukuran kemasan (P2) dan strategi promosi secara detail berturut-turut yaitu iklan (P7), promosi penjualan (P8), hubungan masyarakat (P10), penjualan tatap muka (P9) yang harus dilaksanakan untuk mendukung strategi pengembangan produk kopi bubuk lokal;.

SUMMARY

Analysis Coffee Consumer Behavior in Jember and the Implications toward to Development Strategy of Local Ground Coffee Agro-Industry. Trias Primadani, 071 510 201 072. Social Economic Department of Agriculture, Faculty of Agriculture. University of Jember.

The existence of phenomenon indeed although the amount of ground coffee consumption in Jember is high, yet the consumed coffee is not made by the people (small businesses) but by manufactured coffee ground (manufacture). Thereby it requires a local ground coffee agro industry for developing the products in order to be acceptable to the consumers. The development is certainly not regardless of consumer perceptions and characteristics desired in coffee products processed also the factors which influence consumer to make purchasing decisions for coffee.

The research is conducted in Jember aims to determine (1) consumer perception of the local ground coffee products (2) the consumer overlooked characteristics of ground coffee from coffee drinks (3) the right product development strategy for the local coffee (4) the affecting consumer factors to make purchasing decisions for coffee. The study area is determined by deliberately (purposive method) and the methods of research are descriptive method, correlation and analytic. Sampling method in this study is convenience sampling, the 100 consumers of coffee ground in Jember. This study uses primary data. Primary data obtained through interviews based on a structured questionnaire. Analyses of the data used are (1) analytical hierarchy process and (2) factor analysis.

The results show that: (1) perception of the respondents states the actors in the coffee industry is “Kapal Api” coffee precedence than the local ground coffee and other branded coffee, (2) Based on the perceptions of respondents, which overlooked the characteristics of ground coffee consumers from drink coffee by comparing among several brands of coffee products are researched in a row are the price (St2), product (St1), promotion (St4), place (St3) the must be implemented to support the development strategy of local ground coffee products,

(3) Based on the perceptions of respondents, product strategy in detail in a row are the sense (P5), aroma (P6), brand (P4), practicality (P1), packaging design (P3), package size (P2) and promotion strategies in detail in a row that are advertisement (P7), sales promotion (P8), public relations (P10), face to face sales (P9) the must be implemented to support the product development strategy of local ground coffee (4) Based on the results of factor analysis in a row are factor 1 (Availability and Promotional Products), Factor 2 (Price and Environmental Effects), and Factor 3 (product quality) those are the consumers affecting factors in the purchase of ground coffee in the Kaliwates District, Jelbuk District and Balung District.

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah tertulis (skripsi) yang berjudul “Analisis Perilaku Konsumen Kopi di Kabupaten Jember Serta Implikasinya Terhadap Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi Bubuk Lokal”. Penyusunan karya ilmiah tertulis ini banyak mendapat bantuan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Bambang Hermiyanto, MP, selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Jember
2. Dr. Evita Soliha Hani, MP, selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember
3. Dr. Ir. Joni Murti Mulyo Aji, M.Rur.M, Ir. M. Sunarsih, M.S., Ir. Anik Suwandari, M.P selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan bimbingan selama penulisan skripsi ini;
4. Bapak Hadi Purnomo dan Ibu Prihartini serta saudara-saudaraku yang telah memberikan dukungan, kasih sayang, dan doanya;
5. Teman hidup terbaik yang selalu memberikan perhatian, motivasi dan semangat Arum Putranti SP. Terima kasih atas doa dan dukungannya;
6. Teman-teman Sosek 2007, Ferry, Gema, Dony, Dendhy, Bayu serta semuanya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas doa dan dukungannya;
7. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Semoga karya ilmiah tertulis ini dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi para pembaca.

Jember, April 2012

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	ix
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Manfaat Penelitian	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 Komoditas Kopi.....	9
2.2.2 Agroindustri Kopi Bubuk	11
2.2.3 Teori Konsumsi	13
2.2.4 Perilaku Konsumen	15
2.2.5 Persepsi Konsumen	17
2.2.6 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	18

2.2.6.1 Pengenalan Kebutuhan Konsumen	19
2.2.6.2 Pencarian Informasi	19
2.2.6.3 Evaluasi Alternatif.....	20
2.2.6.4 Pembelian	20
2.2.6.5 Evaluasi Hasil Pembelian	21
2.2.7 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	21
2.2.8 Preferensi Konsumen.....	24
2.2.9 Bauran Pemasaran	25
2.2.10 Analisis Faktor.....	28
2.2.11 Analisis Hierarki Proses	30
2.3 Kerangka Pemikiran	31
2.4 Hipotesis	35
BAB 3. METODE PENELITIAN	37
3.1 Penentuan Daerah Penelitian	37
3.2 Metode Penelitian	37
3.3 Metode Pengumpulan Data	37
3.4 Metode Pengambilan Contoh	38
3.5 Metode Analisis Data	39
3.6 Definisi Operasional	44
BAB 4. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	50
4.1 Lokasi Daerah Penelitian.....	50
4.1.1 Batas Wilayah	50
4.1.2 Pembagian Wilayah	50
4.1.3 Topografi, Geologi dan Klimatologi.....	51
4.2 Keadaan Penduduk	51
4.3 Karakteristik Lokasi	53
4.3.1 Kecamatan Kaliwates.....	53
4.3.2 Kecamatan Jelbuk	56
4.3.3 Kecamatan Balung	58
4.4 Karakteristik Responden	59
4.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Umur	60

4.4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	60
4.4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	61
4.4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	62
4.4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian ..	63
4.4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Volume Pembelian	64
4.4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Anggaran Pembelian Per Bulan	64
BAB 5. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
5.1 Persepsi Konsumen terhadap Posisi Produk Kopi Bubuk Lokal dibanding Kopi Bubuk <i>Branded</i>	67
5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian terhadap Kopi	70
5.3 Karakteristik yang Dipentingkan Konsumen Kopi Bubuk dari Minuman Kopi dan Strategi Pengembangan Kopi Bubuk Lokal di Kabupaten Jember	79
5.4 Implikasi Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi Bubuk Lokal	91
BAB 6. SIMPULAN DAN SARAN	94
6.1 Simpulan	94
6.2 Saran	95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KUISIONER

DOKUMENTASI

DAFTAR TABEL

		Halaman
1.1	Luas Areal dan Produksi Perkebunan Tahun 2007.....	4
1.2	Perusahaan yang Memproduksi Kopi di Indonesia.....	5
1.3	Perusahaan yang Memproduksi Kopi Bubuk di Kabupaten Jember.....	6
2.1	Syarat Mutu Kopi Bubuk (SNI 01-3542-2004)	13
3.1	Tempat penelitian konsumen kopi bubuk lokal di Kabupaten Jember.....	39
4.1	Jumlah Penduduk Kabupaten Jember Berdasarkan Jenis Kelamin, Tahun 2000 dan 2010.....	51
4.2	Keadaan Penduduk berdasarkan Tingkat Pendidikan di Kabupaten Jember.....	52
4.3	PDRB Kabupaten Jember Berdasarkan Harga Berlaku Tahun 2007-2009 (Jutaan Rupiah) dan Indeks Perkembangan PDRB Berdasarkan Harga Berlaku (Persen).....	53
4.4	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Kelurahan Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember Tahun 2010.....	54
4.5	Keadaan penduduk berdasarkan mata pencaharian utama di Kelurahan Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember Tahun 2010.....	55
4.6	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Kelurahan Kecamatan Jelbuk Kabupaten Jember Tahun 2010.....	56
4.7	Keadaan penduduk berdasarkan mata pencaharian utama di Kelurahan Kecamatan Jelbuk Kabupaten Jember Tahun 2010.....	57
4.8	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Kelurahan Kecamatan Balung Kabupaten Jember Tahun 2010.....	58
4.9	Keadaan penduduk berdasarkan mata pencaharian utama di Kelurahan Kecamatan Balung Kabupaten Jember Tahun 2010.....	59

4.10	Karakteristik Responden berdasarkan Umur Tahun 2011.....	60
4.11	Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan Tahun 2011.....	61
4.12	Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendapatan Tahun 2011.....	61
4.13	Karakteristik Responden berdasarkan Status Pekerjaan Tahun 2011.....	62
4.14	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Kopi Bubuk Tahun 2011.....	63
4.15	Karakteristik Responden Berdasarkan Volume Pembelian Tahun 2011.....	64
4.16	Karakteristik Responden Berdasarkan Anggaran Pembelian Per Bulan Tahun 2011.....	65
5.1	Nilai Respon Konsumen terhadap Merek Kopi Bubuk di Kabupaten Jember tahun 2011 Menurut Bobot Kepentingan.....	68
5.2	Nilai Perbandingan Persepsi Konsumen Terhadap Kopi Bubuk Lokal dengan Kopi Bubuk <i>Branded</i>	69
5.3	Hasil Analisis Variabel-Variabel yang mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Kopi Bubuk.....	73
5.4	Hasil Analisis Faktor yang mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Kopi bubuk di Kecamatan Kaliwates, Kecamatan Jelbuk dan Kecamatan Balung.....	74
5.5	Instrumen Strategi Pengembangan Produk Menurut Bobot Kepentingan.....	79
5.6	Strategi Produk Secara Detail Menurut Bobot Kepentingan.....	86
5.7	Strategi Promosi Secara Detail Menurut Bobot Kepentingan	89

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Skema kerangka pemikiran.....	35
3.1 Hasil analisis AHP atas persepsi konsumen terhadap berbagai merk kopi bubuk lokal.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A Data Responden	98
B Tabulasi Analisis Faktor	102
C Uji KMO and Bartletts Test Pertama	106
D Uji KMO and Bartletts Test.....	115
E Analisis Faktor	119
F Hasil Analisis AHP Persepsi Responden terhadap Kopi Bubuk	126
G Hasil Analisis AHP Strategi Pengembangan Produk.....	129
H Hasil Analisis AHP Strategi Produk Secara Detail.....	132
I Hasil Analisis AHP Strategi Promosi Secara Detail.....	135