

## **BAB I. PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang.**

Potensi pertanian dan perkebunan adalah sumber daya alam yang dimiliki oleh Indonesia, kopi merupakan hasil perkebunan yang ada di Indonesia. Kopi telah menjadi andalan bagi negara berkembang dari tahun ke tahun Indonesia mengalami peningkatan yang lebih baik, kuliatas dari kopi arabika dan kopi robusta diproses dengan baik untuk menghasilkan rasa yang lebih baik dari tahun sebelumnya. Kopi di Indonesia sangat berpengaruh bagi devisa negara karena nilai ekonomisnya yang cukup tinggi.

Menurut Kepala Dinas Disperindag Provinsi Jawa Timur tahun 2019, “produksi kopi Jawa Timur pada tahun 2017 mencapai 65,41 ribu ton atau berkontribusi 10% rata-rata produksi kopi nasional, dan pada tahun 2018 ekspor kopi Jawa Timur mencapai 187,09 dolar, mayoritas berupa biji kopi belum di olah sebesar 73,05%, kopi instan sebanyak 22,17% dan kopi bubuk”.

Jumlah permintaan produk kopi cukup banyak dipasar khususnya daerah Kabupaten Sumenep, permintaan terhadap produk kopi dipengaruhi dengan selera konsumen terhadap produk kopi. Terdapat dua jenis kopi yang di jual di pasaran, biji kopi dan bubuk kopi ada kekurangan dan kelebihan dari masing-masing produk, penjualan biji kopi lebih murah di bandingkan dengan kopi bubuk namun dalam penyajian kopi, kopi instan lebih hemat waktu dan tenaga dari pad

biji kopi yang masih melalui proses sangrai dan penghalusan, pertimbangan konsumen sebelum membeli produk tidak hanya berdasarkan merek saja tetapi kualitas juga menjadi salah satu hal penting yang akan dipertimbangkan.

persepsi merupakan kemampuan otak dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk ke dalam alat indera manusia. Penelitian ini di persempit dengan adanya permasalahan mengenai persepsi konsumen terhadap kopi, maka peneliti mengambil tiga produk minuman kopi di Tabularasa yang beralamat Jl. DR. Cipto No 50 Gudang Kolor Kota Sumenep Kabupaten Sumenep Jawa Timur.

Persepsi konsumen di cafe Tabularasa dimaksudkan suatu proses yang dimulai dari penglihatan hingga terbentuk tanggapan yang terjadi dalam diri konsumen sehingga konsumen sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indera-indera yang dimilikinya. Tabularasa merupakan salah satu cafe yang menjual produk minuman kopi sebagai menu spesialnya, “SECANGKIR KOPI SEKENTAL RINDU” slogan Tabularasa, tidak hanya sebuah kata untuk menarik penikmat kopi berkunjung di Tabularasa, tapi berbagai jenis kopi dengan varian rasa yang berbeda membuat konsumen lebih tertarik menikmati kopi di tabularasa.

Tiga macam produk minuman kopi yaitu tubruk tabularasa, *tubruk single original*, *v60*, merupakan produk minuman kopi yang sering di pilih oleh konsumen. (Kotler dan Keller 2016) “keputusan pembelian seseorang disebabkan oleh faktor psikologi utama, antara lain persepsi serta keyakinan dan pendirian,

pendapat tersebut menunjukkan adanya hubungan antara persepsi konsumen dengan keputusan untuk membeli suatu produk”.

Setiap cafe memiliki perbedaan seperti pelayanan, alat penyeduh kopi, kualitas, harga produk dan informasi, yang akan meningkatkan kepuasan maksimal konsumen terhadap jumlah kunjungan cafe tersebut. Persepsi konsumen terhadap tiga produk kopi tersebut berbeda, dari selera kosumen memilih menu kopi berdasarkan pertimbangan baik dari harga, kualitas produk (rasa, aroma, warna, kekentalan) dan pelayanan dalam penyajian minuman Kopi.

(Kotler, 2012) “mendefinisikan kualitas sebagai karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap kebutuhan pelanggan secara nyata ataupun tersirat”. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti mengambil judul “Persepsi Konsumen Terhadap Produk Minuman Kopi di Tabularasa Kabupaten Sumenep”.

#### 1.2. Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas. Maka di definisikan rumusan permasalahan penelitian ini adalah:

Bagaimana persepsi konsumen terhadap produk kopi tubruk tabularasa, *tubruk single original, v60* di Tabularasa Kabupaten Sumenep?.

#### 1.3. Tujuan Penelitian.

Berdasarkan rumusan masalah peneliti, maka tujuan penelitian ini adalah: Untuk Mengetahui persepsi konsumen terhadap produk kopi tubruk tabularasa, *tubruk single original, v60* di Tabularasa Kabupaten Sumenep.

#### 1.4. Manfaat Penelitian.

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pihak yang membutuhkan. Manfaat penelitian ini terdiri atas :

1. Bagi Universitas

Sebagai bahan referensi bacaan untuk mahasiswa Universitas Wiraraja, khususnya bagi mahasiswa Fakultas Pertanian.

2. Bagi peneliti

Sebagai sarana menambah ilmu dan juga pengalaman peneliti, serta untuk memenuhi salah satu prasyarat yang wajib di penuhi guna mendapatkan gelar sarjana.

3. Bagi Tabularasa

Sebagai sarana informasi bagi pihak yang berkepentingan khususnya Tabularasa untuk usaha pencapaian konsumen dengan faktor kualitas kopi dan pelayanan.

