

## I. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Sektor perkebunan Indonesia merupakan salah satu yang berperan penting bagi perekonomian nasional, karena mengandalkan beberapa hasil komoditas unggulan yang dipasarkan di perdagangan internasional. Salah satu komoditas utama yang menjadi unggulan dari sektor perkebunan adalah kakao. Biji kakao merupakan salah satu komoditi ekspor yang mempunyai keunggulan komparatif yang merupakan modal utama yang harus ada pada suatu produk untuk memiliki kekuatan kompetitif. Biji kaka juga berperan dalam mendorong pengembangan wilayah dan pengembangan agroindustri yang diharapkan mampu berperan sebagai salah satu komoditi yang akan menciptakan *trickle down effect* (dampak tetesan ke bawah- kemakmuran) dalam perekonomian nasional dan daerah. *Trickle down effect* merupakan dampak yang diharapkan muncul dalam strategi tidak langsung pembangunan ekonomi untuk pemeratakan kesejahteraan yang menekankan pada munculnya pertumbuhan ekonomi (Suryani dan Zulfebriansyah, 2007).

Indonesia merupakan negara produsen dan eksportir kakao terbesar nomor tiga di dunia setelah Ghana dan Pantai Gading, berikut merupakan data negara pengeksportir kakao terbesar di dunia pada tahun 2009 - 2013:

Tabel 1. 1 Negara - Negara Eksportir Kakao di Dunia 2009 - 2013

No	Negara	Volume Ekspor (Ton)					Rata-Rata	Kontribusi (%)	Kontribusi Kumulatif (%)
		2009	2010	2011	2012	2013			
1	Pantai Gading	917,700	790,91	1.073,282	1.011,631	813,89	921,48	3,31	31,00
2	Ghana	395,71	281,44	697,39	585,93	526,19	497,32	16,00	48,00
3	Indonesia	439,31	432,43	210,07	163,50	188,42	286,74	9,74	58,00
4	Nigeria	247,00	226,63	219,00	199,80	182,90	215,07	7,31	65,00
5	Netherland	167,521	167,08	207,77	181,74	215,72	187,97	6,39	72,00
6	Kameron	193,97	193,88	190,21	173,79	179,93	186,36	6,33	78,00
7	Ekuador	124,40	116,32	157,78	147,33	178,27	144,82	4,92	83,00
8	Lainya	512,06	489,96	558,82	518,45	439,65	503,79	17,11	100,00
	Dunia	2.997,678	2.698,650	3.314,332	1.982,170	2.724,969	2.934,550	100,00	

Sumber : FAO diolah Pusdatin, 2013.

Tanaman kakao merupakan tanaman yang biji buahnya merupakan bahan utama pembuatan makanan dan minuman yang berbahan baku coklat. Biji

tanaman kakao diproses menjadi berbagai macam produk olahan yang diperdagangkan baik di pasar domestik maupun internasional. Macam-macam produk olahan kakao antara lain yaitu, biji kakao, pasta cokelat, lemak cokelat, dan bubuk cokelat.

Di Indonesia, tanaman kakao diperkenalkan oleh orang Spanyol pada tahun 1560 di Minahasa, Sulawesi Utara. Indonesia juga menjadi satu-satunya negara di benua Asia yang menjadi salah satu produsen kakao terbesar di dunia. Jumlah produksi kakao Indonesia, data terakhir yang diperoleh dari FAO sebanyak 659,776 ton pada tahun 2017, pada tahun 2018 produksi kakao Indonesia mencapai 593.832 ton. Dari data BPS diketahui biji kakao yang diekspor selama tahun 2019 sebesar 30.835 ton, kakao olahan yang diekspor sebesar 285.786 ton dan biji kakao yang diekspor sebesar 234.894 ton.

Jumlah ekspor kakao yang besar didunia, mengindikasikan bahwa tingkat konsumsi produk kakao didunia memiliki jumlah yang besar pula. Hal ini juga dialami di negara Indonesia dimana perkembangan konsumsi cokelat mengalami peningkatan. Konsumsi cokelat dalam rumah tangga di Indonesia tahun 2002-2017 terdapat pada tabel 1.2.

Konsumsi cokelat instan selama periode tahun 2002 sd. 2017 cenderung mengalami peningkatan dari tahun ketahun, dimana pada tahun 2012 sebesar 23,5 gram per kapita terjadi peningkatan yang cukup signifikan pada tahun 2012 menjadi 54,8 gram per kapita, meskipun kemudian menurun dan kembali lagi meningkat kembali tahun 2017 menjadi 54,8 gram per kapita. Sementara konsumsi cokelat bubuk dari tahun 2002 sd.2017 per kapita cenderung tetap yaitu 10,4 gram per kapita sehingga rata-rata konsumsi cokelat total selama 2002 sd. 2017 sebesar 41,7 gram per kapita pertahun yang terdiri dari konsumsi cokelat instan sebesar 26,8 gram per kapita dan cokelat bubuk 14,9 gram per kapita. Perkembangan konsumsi cokelat total per kapita dari tahun 2002 – 2017, serta prediksi 2018 - 2020 disajikan pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2. Perkembangan Konsumsi Cokelat Dalam Rumah Tangga di Indonesia, 2002-2017 serta Prediksi 2018-2020

Tahun	Cokelat Instan		Cokelat Bubuk		Cokelat Total	
	(150 gr/kap/mgg)	(kg/kap/tahun)	(ons/kap/mgg)	(kg/kap/thn)	(kg/kap/thn)	Pertumbuhan (%)
2002	0.003	0.0235	0.002	0.0104	0.0339	
2003	0.001	0.0078	0.001	0.0052	0.013	-61.54
2004	0.003	0.235	0.002	0.0104	0.0339	160
2005	0.004	0.0313	0.002	0.0104	0.0417	23.08
2006	0.002	0.0156	0.002	0.0104	0.0261	-37.5
2007	0.003	0.235	0.002	0.0104	0.0339	30
2008	0.003	0.235	0.002	0.0104	0.0339	0
2009	0.002	0.0156	0.001	0.0052	0.0209	-38.46
2010	0.002	0.0156	0.001	0.0052	0.0209	0
2011	0.003	0.235	0.003	0.0156	0.0391	87.5
2012	0.007	0.0548	0.016	0.0834	0.1382	253.33
2013	0.004	0.0313	0.002	0.0104	0.0417	-69.81
2014	0.004	0.0313	0.002	0.0104	0.0417	0
2015	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a
2016	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a
2017	0.007	0.0548	0.002	0.0104	0.0652	-
2018*	0.00619	0.0484	0.00265	0.0138	0.0623	-4.49
2019*	0.00667	0.0522	0.00274	0.0143	0.0664	6.71
2020*	0.00719	0.0562	0.00282	0.0147	0.0709	6.74

Keterangan : \*) Hasil prediksi Pusdatin

Sumber : SUSENAS, BPS 2017.

Sejalan dengan perilaku konsumsi cokelat pada tahun – tahun sebelumnya, maka pada tahun 2018 diprediksikan akan terjadi penurunan konsumsi per kapita coklat total, yakni menjadi sebesar 62,3 gram/kapita/tahun atau turun sebesar 4,49% dibandingkan tahun 2017. Sementara tahun 2019 konsumsi cokelat per kapita diprediksikan meningkat 6,71% dibandingkan tahun 2018 dan kemudian tahun 2020 naik kembali sebesar 6,74% atau menjadi 70,9 gram/kapita/tahun.

Berdasarkan data hasil SUSENAS - BPS, konsumsi kakao dalam 2 wujud yaitu berupa kakao bubuk dan kakao instan. Konsumsi kakao bubuk dan kakao instan per kapita cenderung meningkat yakni dari 33,89 gram/kapita/tahun pada tahun 2002 menjadi 65,18 gram/kapita/tahun pada tahun 2017 (Susenas – BPS, 2002 dan 2017). Konsumsi tersebut belum termasuk konsumsi cokelat dalam bentuk batang karena belum tersedia data. Cokelat batang yang banyak dikonsumsi

masyarakat Indonesia antara lain *milk chocolate*, *dark chocolate*, dan *white chocolate*. Tidak heran industri cokelat di Indonesia semakin berkembang, dengan aneka variannya pun sangat mudah dan banyak kita temui di toko ritel besar hingga warung kecil. Sayangnya produk yang sering ditemui mayoritas olahan luar negeri. Padahal Indonesia adalah salah satu negara penghasil kakao berkualitas tinggi di dunia.

Cokelat Vicco merupakan *brand* produk cokelat yang diproduksi oleh Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia. Cokelat Vicco umumnya terdiri dari *milk chocolate* dan *dark chocolate*, seiring dengan berjalanya waktu muncul diferensiasi produk yang dalam hal bentuk serta rasa yang baru, seperti cokelat dalam bentuk praline, kue kering, cokelat dengan rasa macha dll. Produk cokelat Vicco menjadi satu-satunya produk cokelat *counverture* yang diproduksi di Kabupaten Jember, karena cokelat Vicco merupakan cokelat *counverture* tentunya bahan baku yang dipakai terjamin kualitasnya, cokelat *counverture* merupakan cokelat yang berbahan baku dari pasta dan lemak cokelat asli sehingga rasa yang dihasilkan lebih enak. Harga jual dari cokelat Vicco mampu bersaing dengan produk cokelat lainnya.

Mewabahnya Covid-19 diakhir tahun 2019 keseluruh dunia secara luar biasa, memperburuk perekonomian Indonesia dan global. Prospek pertumbuhan ekonomi tahun 2020 yang pada awalnya ditargetkan mencapai 5,3 % direvisi ke bawah menjadi - 0,4 sampai 2,3 % dengan mempertimbangkan terjadinya perlambatan pada hampir semua komponen PDB. Perlambatan tersebut salah satunya disebabkan oleh berkurangnya permintaan masyarakat, terutama untuk wisata dan hiburan sebagai dampak dari pembatasan sosial (*social distancing*) untuk menghentikan penyebaran wabah Covid - 19. Daya beli masyarakat juga turun disebabkan oleh hilangnya pendapatan sebagian masyarakat yang kehilangan pekerjaan dan potensi kenaikan harga karena gangguan di sisi penawaran. Perluasan bantuan sosial yang dilakukan pemerintah diharapkan dapat menahan laju perlambatan konsumsi masyarakat (Bappenas, 2020). Tidak dapat dipungkiri bahwa industri kakao juga berdampak imbasnya, dengan diberlakukannya penerapan pembatasan sosial skala besar telah berdampak pada produktivitas dan efisiensi industri, salah satunya yang terdampak yaitu pada industri kakao. Adanya pembatasan sosial berskala besar di Indonesia bahkan di

beberapa negara di dunia menyebabkan distribusi produk cokelat menjadi terhambat, selain itu banyak mall- mall dan tempat wisata yang tutup sehingga membuat usaha *tenant-tenant* pelanggan produk kakao menjadi terhambat sehingga permintaan dari konsumen menjadi turun.

Dampak Covid-19 berimbas pada omset penjualan industri cokelat di Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia. Sebelum pandemi omset dari outlet kopi dan kakao mencapai Rp. 550.000.000 – Rp.750.000.000 per bulan, namun karena adanya pandemi omset menurun menjadi Rp. 100.000.000 – Rp.150.000.000 per bulan. Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia mulai mengembangkan lagi usahanya untuk memulihkan omset penjualan seperti sebelum adanya pandemi covid-19. Untuk meningkatkan omset penjualan dari produk cokelat Vicco, industri cokelat Vicco harus menonjolkan keunggulan dari produknya dibandingkan dengan produk lain.

Dalam menjalankan sebuah usaha tentunya memiliki pesaing, pelaku usaha pasti ingin memiliki keuntungan yang berkelanjutan (*sustainable profit*) dan dapat mempertahankan daya saing produk dan jasa yang ditawarkan. Sehingga pelaku usaha dituntut untuk dapat memahami perilaku konsumen. Menurut Engel (1994), memahami motivasi dan perilaku konsumen serta mengadaptasinya merupakan kebutuhan mutlak untuk bertahan dalam kompetisi. Untuk meningkatkan daya saing produk maka perlu untuk mengetahui mengenai perilaku konsumen untuk menentukan tingkat kepuasan dan strategi pemasaran yang cocok untuk meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji dan meneliti lebih jauh perilaku konsumen produk cokelat Vicco untuk menentukan strategi pemasaran yang cocok digunakan oleh produk cokelat Vicco.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana karakteristik umum dan proses keputusan pembelian konsumen cokelat Vicco?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk cokelat Vicco dilihat dari aspek produk, harga, tempat, promosi, orang (pramusaji), sarana fisik, dan proses?

3. Bagaimana alternatif bauran pemasaran yang sesuai berdasarkan perilaku konsumen coklat Vicco?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan karakteristik umum dan proses keputusan pembelian konsumen coklat Vicco
2. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk coklat Vicco dilihat dari produk, harga, tempat, promosi, orang (pramusaji), sarana fisik, dan proses.
3. Merumuskan alternatif bauran pemasaran yang sesuai berdasarkan perilaku konsumen coklat Vicco.

### **Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Menambah khazanah ilmu pengetahuan di bidang perilaku konsumen
2. Bagi peneliti sebagai tambahan ilmu dan wawasan tentang bisnis khususnya pada perilaku konsumen.
3. Bagi perusahaan diharapkan dapat menjadi masukan terhadap manajemen dalam menentukan keputusan strategi pemasaran, serta sebagai bahan evaluasi dalam kegiatan pemasaran khususnya yang berhubungan dengan perilaku konsumen.
4. Sebagai bahan referensi bagi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen.