

**LAPORAN AKHIR
PENELITIAN UNGGULAN PERGURUAN TINGGI (M)**



JUDUL :

Rekayasa Model Pengembangan Industri Pengolahan Kopi Skala UKM
Berdasarkan Preferensi Konsumen, Keunggulan Inovasi dan Strategi Pemasaran

Tahun ke 1 dari rencana 3 tahun

PELAKSANA :

Ainur Rofiq, SE, MM, Ph.D
Prof. Dr.Ir. Budi Setiawan, MS
Ir. Ari Wahyudi, MT

NIDN 0023067104
NIDN 0027035504
NIDN 0024036803

Dibiayai oleh:
Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi,
Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Melalui DIPA Universitas Brawijaya
Nomor : DIPA-023.04.2.414989/2013, Tanggal 5 Desember 2012, dan berdasarkan
SK Rektor Universitas Brawijaya Nomor : 407/SK/2013 tanggal 2 September 2013

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
DESEMBER 2013**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Rekayasa Model Pengembangan Industri Pengolahan
Peneliti/Pelaksana : Kopi Skala UKM Berbasis Preferensi Konsumen,
Keunggulan Inovasi dan Strategi Pemasaran
Nama Lengkap : Ainur Rofiq, SE. MSc. Ph.D
NIDN : 0023067104
Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
Program Studi : Manajemen
Nomor HP : 0341-4445678
Alamat surel (e-mail) : rofiq@ub.ac.id
Anggota (1)
Nama Lengkap : Prof.Dr.Ir. Budi Setiawan, MS
NIDN : 0027035504
Anggota (2)
Nama Lengkap : Ir. Ari Wahyudi, MT
NIDN : 0024036803
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 3 tahun
Biaya Tahun Berjalan : Rp. 70.000.000 (tujuh puluh juta rupiah)
Biaya Keseluruhan : Rp. 270.000.000,-

Mengetahui,
Dean Fak. Ekonomi dan Bisnis



Candra Fajri Ananda, SE, MSc. Ph.D
NIP. 196410291989031001

Malang, 20 Desember 2013

Ainur Rofiq, SE. MM. Ph.D
NIP. 19710623 200212 1 002

Menyetujui,
Pjs. Ketua LPPM UB



Prof.Dr.Ir. Siti Chuzaemi. MS
NIP. 19530514 198002 2 001

Rekayasa Model Pengembangan Industri Pengolahan Kopi Skala UKM
Berkas Preferensi Konsumen, Keunggulan Inovasi dan Strategi Pemasaran

RINGKASAN

Pengembangan peran dan kontribusi komoditas kopi bagi perekonomian diarahkan tidak saja untuk memperkuat dalam aktivitas budidaya dan produktivitas, namun juga penguatan industri hilir. Pada saat ini, struktur industri kopi nasional belum seimbang, karena hanya 20% saja kopi yang saat ini diproses menjadi kopi olahan, sisanya sebanyak 80% masih dalam bentuk kopi biji kering. Padahal potensi pasar kopi dunia terus meningkat secara signifikan. Diperkirakan dalam 10 tahun terakhir telah terjadi peningkatan konsumsi kopi dunia sebesar 35,5%. Tujuan penelitian adalah menganalisis kondisi dan permasalahan yang dihadapi industri pengolahan kopi skala UKM dan menganalisis preferensi konsumen terhadap kopi bubuk yang dihasilkan industri skala UKM. Metode penelitian yang digunakan adalah survey konsumen dengan pendekatan diskriptif kualitatif dengan responden menggunakan *purposive sampling* yakni konsumen atau peminum kopi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, kondisi umum produksi kopi bubuk oleh UKM masih menggunakan peralatan dan mesin produksi yang relatif sederhana. Pangsa pasar umumnya kelas ekonomi menengah ke bawah. Beberapa kelemahan yang menonjol adalah desain kemasan masih sangat sederhana, dan belum dilengkapi dengan informasi cara penyajian yang memadai. Karakteristik responden meliputi : jenis kelamin laki-laki sebanyak 84,98%, usia 17-25 tahun 76%, pendidikan umumnya SMA sebanyak 65,57%, pendapatan atau uang saku antara Rp 500.000 – 1.000.000 sebanyak 37%. Frekuensi responden dalam mengkonsumsi produk sebanyak 1-2 kali per hari yakni 83,88% dan volume kopi yang dikonsumsi sebanyak 1-2 gelas 86,81 %. Konsumen umumnya membeli ukuran kemasan 50 gram sebanyak 63,0%, komunikasi terkait informasi kopi bubuk umumnya diperoleh dari teman sebanyak 34%, tempat membeli produk kopi sebagian besar di warung yakni sebanyak 66,67 %, dan konsumen umumnya menyajikan minuman kopi sendiri sebanyak 72,53%. Pertimbangan utama konsumen dalam memilih jenis kopi bubuk adalah kekuatan rasa kopi (24,82%), aroma kopi (16,30%) dan harga (11,31%) serta ketersediaan (kemudahan memperoleh) (10,83%). Kekuatan atribut kopi bubuk yang menjadi pertimbangan konsumen yaitu rasa kopi 50 %, aroma kopi 36,93 % dan tingkat ke pahitan kopi 13,07%.

Design of the model development of SMEs Scale Coffee Processing Industry,
Based Consumer Preferences, Excellence and Innovation Marketing Strategy

SUMMARY

The development role and contribution to the economy of the coffee commodity directed not only to strengthen the cultivation of activity and productivity, but also the strengthening of the downstream industry . The national coffee industry structure is not balanced, because only 20% of coffee while the coffee is processed into refined, the remaining 80 % is in the form of dried coffee beans. The potential for the world coffee market continues to increase significantly. It is estimated that in the last 10 years there has been increasing world coffee consumption by 35.5 %.The purpose of the study is to analyze the conditions and problems faced by SMEs scale industrial coffee processing and analyzing consumer preferences for coffee powder produced by large-scale industrial SMEs . The method used is a consumer survey with a qualitative descriptive approach using purposive sampling respondents such as coffee consumers. The results showed that the general condition of the ground coffee production by SMEs still use production equipments and machineries are relatively simple. Market share is generally lower middle class. Some of the most prominent packaging design is still very simple, and not equipped with an adequate way of presenting information. Characteristics of respondents include : male gender of 84,98%, 76% aged 17-25 years, mostly high school education of 65,57%, income or pocket money between IDR 500,000 - 1,000,000 of 37 %. Frequency of Respondents in consuming the product of 1-2 times per day is 83.88% and the volume of coffee consumption of 1-2 glasses of 86,81%. Consumers generally buy a 50 grams pack sizes of 63,0%, communication - related information is generally gained ground coffee from a friend of 34%, where most of the coffee product purchased in the shop of 66,67%, and consumers generally serves coffee drinks by his/her self of 72, 53%. The main considerations in choosing the type of consumer is the power ground coffee flavor coffee (24,82%), the aroma of coffee (16,30%) and price (11,31%) and availability of coffee product (10,83%). Strength attribute ground coffee into consideration the taste of coffee consumers are 50%, the flavour of coffee of 36,93% and coffee bitterness level of 13,07%.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous. 2004 . Coffee in the 20th Century. <http://Juraworld.com>. Diakses pada tanggal 6 Januari 2014 Pukul 09.13 WIB.
- Austin, J.E. 1992. *Agroindustrial Project Analysis Critical Design Factors*. EDI Series in Economic Development. The John Hopkins University Press. Baltimore and London.
- Brown, J.L., 1994. *Agro-industrial Investment and Operation*. IDE Development Process. *IEEE Trans .Eng. Management Rev.* 34(1) : 30-34.
- Kolarik, W.J., 1995. *Creating Quality. Concepts, Systems, Strategies and Tools*. International Editions. McGraw-Hill, Inc.
- Kotler, P. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- , 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mangkunegara. 2002. *Perilaku Konsumen*. Refika Aditama. Bandung.
- Mendelson, R. ; Anderson, H.; Chappell, J. dan Tarasuk, V. 2000. *Barriers To Changing Food Selection*. Canada.
- Saaty, T.L. 1992. *Decision Making for Leaders. The Analytical Hierarchy Process for Decisions in a Complex World*. Lifetime Learning Publications, Belmont, California.
- Santoso dan Marimin, 2001. *Penentuan Produk Olahan Apel Unggulan dengan teknik fuzzy non-numerik, Penentuan Struktur Kelembagaan dan Pola Pembinaannya*. *Jurnal Teknologi dan Industri Pangan*. 12(2) : 163 – 171.
- Shih, M.,C. Liu, B.Huang,S. Lin, dan K. Peng. 2008. *Conjoint Analysis: A Study of Canned Coffee in Taiwan*. *International Journal of Computer Science and Network Security*: 8(8) :238 -246.
- Sulistiowati. 2001. *Faktor yang Berpengaruh Terhadap Citarasa Seduhan Kopi*. *Warta Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia*. Jember.
- Sumardi, M. dan Dieter. H. 1999. *Kemiskinan dan Kebutuhan Pokok*. Rajawali. Jakarta
- Yusufa, A. 2008. *Sensasi Kopi Arabika*.

<http://anuryusufa88.blogspot.com> [6-2-2010]. Diakses pada tanggal 6 Januari 2014 Pukul 09.17 WIB.

- Suresmiathi, A. 2007. Elastisitas pengeluaran dari permintaan terhadap pangan di daerah Bali. *Buletin Study Ekonomi*. 12.
- Trail, W. Bruce, 1999. Prospects for the Future: Nutritional, Environmental and Sustainable Food Production Considerations-Changes in Cultural and Consumer Habits. Conference on International Food Trade Beyond 2000: Science-Based Decision, Harmonization, Equivalence and Mutual Recognition. Australia.
- Wahyudian, Sumarman dan Hartoyo. 2003. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi kopi dan analisis pemetaan beberapa merek kopi dan implikasinya pada pemasaran kopi.