

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian di Indonesia adalah sektor yang memiliki peranan penting didalam pembangunan nasional karena mampu menyerap sumber daya yang paling besar dan memanfaatkan sumber daya yang ada serta merupakan pendapatan bagi mayoritas penduduk Indonesia. Pembangunan dan perubahan ekonomi di Indonesia tidak dapat dipisahkan dari sektor agribisnis dan agroindustri (Soekartawi, 2005: 5).

Kegiatan agribisnis dalam sektor pertanian di Indonesia adalah mencakup agribisnis tanaman pangan dan hortikultura, agribisnis tanaman obat-obatan, agribisnis tanaman perkebunan, agribisnis kehutanan, agribisnis perikanan dan agribisnis peternakan. Salah satu komoditas agribisnis perkebunan Indonesia adalah tanaman pala. Tanaman pala merupakan tanaman yang banyak tumbuh di beberapa daerah seperti Aceh, Sumatera Barat, Jawa Barat, Sulawesi, Maluku, Nusa Tenggara Barat, Papua Barat dan daerah lainnya (Rismunandar, 1992).

Pala (*Myristica fragrans Houtt*) merupakan salah satu jenis rempah-rempah yang populer di Indonesia. Pala merupakan komoditi unggulan di sektor pertanian yang memiliki nilai pasar menjanjikan karena nilai permintaannya cukup tinggi di pasar internasional. Di Indonesia, pala termasuk salah satu komoditas dengan nilai ekspor yang tinggi. Selama sepuluh tahun terakhir (2012-2021) perkembangan nilai ekspor pala Indonesia cenderung naik dengan rata-rata pertumbuhan 5,01% per tahun (Lampiran 5). Tahun 2012 nilai ekspor pala sebesar 140 juta US\$. Nilai ekspor pala selanjutnya mengalami penurunan hingga tahun 2016. Setelah tahun 2016 nilai ekspor pala terus meningkat seiring dengan peningkatan volume eksportnya. Nilai ekspor pala tahun 2020 sebesar 158 juta US\$ atau mengalami peningkatan dari sebelumnya sebesar 138 juta US\$ pada tahun 2019. Pada tahun 2021 nilai ekspor pala kembali mengalami kenaikan menjadi 198 juta US\$ sekaligus merupakan nilai ekspor pala tertinggi selama sepuluh tahun terakhir (Pusat data dan sistem informasi pertanian, 2022).

Buah pala terdiri atas beberapa bagian diantaranya daging, fuli, tempurung dan biji. Buah pala segar terdiri dari daging buah (83,3%), fuli (3,22%), tempurung (3,94%), dan biji (9,54%). Bagian dalam buah pala yang dikelilingi oleh lapisan cangkang keras disebut biji, sedangkan fuli yang mengelilingi biji. Lapisan terluar yang menutupi fuli dan biji adalah daging. Fuli dan biji pala banyak digunakan sebagai rempah-rempah dalam produk makanan dan dalam pengobatan tradisional, sedangkan daging buah pala matang dijadikan manisan dan sirup.

Pengolahan buah pala menjadi sari buah pala merupakan salah satu alternatif pemanfaatan daging buah pala. Buah pala memiliki aroma yang khas dan cukup disukai, namun buah pala memiliki rasa asam dan sepat sehingga tidak dikonsumsi secara langsung dan perlu diolah.

Buah pala diketahui mengandung senyawa bioaktif yang berpotensi sebagai sumber antioksidan. Pemanfaatan daging buah pala menjadi sari buah juga mempertimbangkan minat konsumen terhadap produk minuman fungsional dan *ready to drink* yang makin meningkat. Minuman sari buah pala diharapkan dapat menjadi salah satu minuman yang diminati oleh konsumen dan meningkatkan nilai ekonomi daging buah pala.

Sari buah pala didapatkan dari ekstraksi daging buah pala dengan penambahan air dalam proporsi tertentu. Perbedaan proporsi air terhadap daging buah pala diduga mempengaruhi karakteristik sari buah pala yang dihasilkan. Penambahan air dalam proporsi yang besar diduga akan menghasilkan sari buah pala dengan volume yang lebih besar namun intensitas flavor khas pala dan komponen bioaktif lebih rendah, sedangkan penambahan air dalam proporsi yang kecil akan menghasilkan sari buah pala dengan rasa lebih asam dan sepat.

Sumatera Barat adalah salah satu sentra perkebunan pala di Wilayah Barat Indonesia yang berperan sebagai salah satu penyanggah perekonomian Indonesia wilayah Sumatera Barat. Pada tahun 2018 produksi pala di Sumatra Barat sebesar 1.378 ton, pada tahun 2019 mengalami penurunan menjadi 1.377 ton, sedangkan pada tahun 2020 mengalami peningkatan menjadi 1.399 ton, pada tahun 2021 kembali mengalami peningkatan menjadi 1.735 ton, dan pada tahun 2022 kembali mengalami penurunan menjadi 1.405 ton (lampiran 1).

Perubahan gaya hidup dan pola perilaku masyarakat menjadi salah satu pemicu yang membuat daya beli masyarakat menjadi tinggi dalam mengonsumsi sebuah produk. Salah satu daerah di Indonesia yang terkena dampak perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan adalah Kota Padang.

Berkembangnya kemajuan dibidang bisnis kuliner terutama pada usaha bisnis makanan dan minuman mengindikasikan bahwa konsumen terutama masyarakat kaum milineal seperti remaja atau mahasiswa menyukai makanan dan minuman yang praktis tanpa harus kesulitan dalam proses pembuatannya. Hal ini menunjukkan bahwa Kota Padang memiliki pangsa pasar yang cukup besar terutama dalam bidang makanan dan minuman. Meningkatnya aktivitas kuliner di Kota Padang juga disebabkan oleh adanya perubahan gaya hidup serta pola perilaku masyarakat yang semakin konsumtif. Salah satu usaha yang semakin meluas diwilayah Kota Padang adalah usaha minuman (lampiran 2). Perkembangan kemajuan usaha bisnis kuliner minuman di Kota Padang dalam 6 tahun terakhir ini cukup berkembang pesat, dimana pada survei lapangan yang dilakukan oleh Maulidi pada tahun 2017 hanya terdapat 20 usaha minuman di Kota Padang pada penelitiannya. Sedangkan pada tahun 2023 telah berkembang menjadi 37 usaha bisnis kuliner minuman di Kota Padang saat ini. Namun pada usaha minuman survei lapangan yang dilakukan oleh Maulidi pada tahun 2017, setelah ditinjau ulang sekarang hanya tinggal terdapat empat usaha yang masih bertahan dari dua puluh usaha yang pernah disurvei oleh Maulidi ditahun 2017.

B. Rumusan Masalah

Usaha minuman merupakan salah satu dari jenis kuliner yang ada pada saat ini dan berkembang cukup pesat di Kota Padang. Beragamnya usaha minuman yang tersedia di pasar, membuat konsumen semakin bebas dalam memilih minuman yang akan dikonsumsi. Kondisi tersebut mengakibatkan persaingan antar produsen dalam mempertahankan pangsa pasar yang telah dikuasainya, salah satunya adalah usaha minuman es pala. Dengan adanya persaingan usaha minuman, produsen berupaya untuk memperkenalkan minumannya kepada masyarakat dengan menunjukkan berbagai keunggulan atribut produk yang mereka miliki. Atribut produk adalah unsur-unsur dari sebuah

produk yang dipandang penting oleh konsumen karena dapat menarik minat dari konsumen untuk mengkonsumsinya, dan dapat mencerminkan pengembangan suatu produk untuk dijadikan dasar dalam pembelian pada produk tersebut (Maulidi, 2018).

Konsumsi minuman Es Pala tidak terlepas dari trend kalangan pelajar dan mahasiswa. Hal ini terkait dengan kebiasaan-kebiasaan generasi milineal yang cenderung ekspresif dan menginginkan rasa yang baru dan unik. Mahasiswa cenderung memilih produk minuman olahan selain karena kepraktisan, tetapi juga harga yang terjangkau sesuai dengan uang saku mahasiswa/pelajar itu sendiri. Konsumsi minuman Es Pala pada mahasiswa merupakan aktivitas untuk mengisi waktu luang dan untuk melepas kepenatan dari rutinitas kampus yang melelahkan. Mengonsumsi minuman Es Pala juga berguna untuk menenangkan dan menyegarkan kembali pikiran setelah penat dengan segala aktivitas seharian.

Prospek bisnis minuman yang banyak diminati oleh produsen terutama kalangan mahasiswa/pelajar dan pekerja, menjadi salah satu peluang bisnis yang dapat dijalankan. Pendiri dari usaha bisnis ini adalah Bang Rindang yang merupakan salah satu alumni dari Universitas Andalas yang mencoba mengaplikasikan ide bisnisnya melalui usaha minuman yang dikenal sebagai minuman Es Pala. Minuman ini terbuat dari bahan baku sari dari daging buah pala. Usaha minuman Es Pala ini dibuka pertama kali di Kota Padang pada 18 Oktober 2021 namun sebelum di kota padang Bang Rindang sudah mencoba mengaplikasikan idenya tersebut saat masih bekerja di Bank BSI Aceh pada bulan Juli – September 2021. Perkembang usaha ini dimulai dari usaha rumahan, yang dibuat dirumah tanpa memiliki outlet sebelumnya. Pembuatan minuman Es Pala saat di Aceh dikerjakan hanya pada saat libur kerja yaitu hari sabtu dan minggu kemudian dijual pada hari seninnya yang dititip pada kantin kantor. Saat itu penjualan Es Pala masih menggunakan botol dan penjualannya sampai 30 botol. Penerimaan awal minuman es pala dilingkungan kerja Bang Rindang saat itu cukup bagus saat di jual karena langsung habis selalu pada hari seninnya.

Kemudian pindah ke Kota Padang pada bulan Oktober dan melakukan penjualan kembali namun hanya pre order karena saat itu masih belum menyewa outlet sebagai tempat tetapnya dan masih dari rumah saja. Penjualan pun

dilakukan masih hanya dengan mengunggah story dari wa dan ig pada bulan Oktober. Varian yang ada juga masih hanya ada tiga varian yaitu *original*, *blue butterfly* dan *chocolate jelly* dan saat pre order masih hanya dengan menggunakan botol. Pada bulan November Bang Rindang atau pemilik dari Es Pala ini sudah mencoba menyewa ruko sebagai tempat usahanya yang terletak di ampang. Setelah menyewa ruko, varian Es Pala bertambah menjadi 12 varian yaitu *creamy series (original, blue butterfly, cinnamon dan chocolate)*, *milky series (milky nutmeg, milky butterfly, milky cinnamon, dan milky chocolate)* ini untuk yang menggunakan cup, namun yang menggunakan botol juga masih digunakan yaitu dengan varian *bottle series (original, blue butterfly, cinnamon dan chocolate)*. Untuk topping dari Es Pala ini menggunakan *jelly* sebagai toppingnya untuk semua varian. Minuman ini memiliki rasa yang manis dan juga menyegarkan, dimana dengan adanya penambahan *topping jelly* yang secara gratis sudah tersedia didalamnya pada saat membeli pada setiap varian, ini menjadi daya tarik dari minuman es pala itu sendiri. Selain itu harga minuman es pala ini cukup terjangkau untuk kalangan Mahasiswa/pelajar dan pekerja. Dimana harga dari minuman es pala dimulai dari harga Rp.8.000- Rp.24.000 ribu saja (Lampiran 3).

Selain itu perkembangan usaha minman es pala ini juga sering mengikuti berbagai event, seperti lomba-lomba usaha dan juga bazar-bazar usaha. Pada waktu diawal usaha sering mengikuti bazar-bazar mulai dari akhir tahun 2021 sampai dengan pertengahan tahun 2022. Bazar-bazar usaha yang pernah diikuti oleh minuman Es Pala yaitu berlokasi di gor, di rumah dinas gubernur atau istana gubernur, di kampus kampus seperti Unand, UNP, dan Bung Hatta. Selain itu ada dua lomba yang sudah pernah diikuti oleh minuman Es Pala. Lomba pertama yaitu lomba MEC (Minang *Entrepreneur Connect*) lomba tingkat Sumbar mendapat juara dua dari empat ratus peserta dengan seleksi persesi, yang diadakan oleh wakil gubernur yang berlokasi di rumah dinas wakil gubernur Sumbar. Dan yang kedua mengikuti lomba kembali yaitu SOPREMA (Sosio *Preneur* Muda Indonesia) lomba tingkat nasional yang diadakan oleh komenpora yang bekerja sama dengan UGM dan sampai pada tahap finalis yang berlokasi di Yogyakarta di UGM. Hasil dari mengikuti lomba ini usaha minuman Es Pala mendapatkan tambahan modal. Dimana dengan hadiah dari lomba MEC (Minang *Entrepreneur*

Connect) lomba tingkat Sumbar dengan juara dua mendapatkan hadiah sebesar lima juta rupiah. Dan untuk lomba SOPREMA (Socio *Preneur* Muda Indonesia) lomba tingkat nasional dengan predikat mencapai finalis mendapatkan hadiah sebesar sepuluh juta rupiah.

Perkembangan modal dalam usaha minuman Es Pala adalah perkembangan yang didapat dari omset kemudian diputar kembali menjadi modal. Namun semenjak ada tambahan modal dari hasil hadiah juara lomba yang didapat, banyak perlengkapan outlet meja, interior, dan perlengkapan dapur yang bertambah. Dan karena itu juga bisa pindah ke Jati. Setelah pindah ke jati ada tambahan varian juga yang bertambah yaitu varian *mocktail series (butterfly squash, cinnamon squash, double squash, tropical lime, tropical blue dan tropical cinnamon)* dan *swett & tasty (belgian chocolate, matcha, red velved, vanilla dan taro)*. Serta tambahan *topping cream cheese, popping boba, chewy boba dan moboo ice cream*. Dalam tambahan topping ini hanya perlu menambah harga sebesar Rp.3.000- Rp.7.000 tergantung pada pilihan topping apa yang hendak dipilih, namun ada tambahan *topping* yang *free* langsung dari minuman Es Palanya itu sendiri yaitu *topping jelly*.

Untuk perkembangan bahan baku dari minuman Es Pala selama penjualan di Kota Padang, yang dimulai dari bulan Oktober 2021 cukup mengalami peningkatan jumlah bahan baku. Dari yang awalnya dirumah saja melakukan penjualan dan masih hanya dengan pre order, dimana setiap kali produksinya penggunaan bahan baku sari buah pala mencapai 2-3 liter pada sekali produksinya, pada sekali produksi tersebut kadang sekali seminggu kadang sekali dua minggu tergantung orderan. Namun pada saat sudah menetap ke outlet pada bulan November 2021 produksi bahan baku menjadi naik. Penggunaan bahan baku sari buah pala menjadi 24 liter dalam jangka waktu selama satu setengah bulan dan itu terjadi secara konstan selama outlet berada di ampang. Setelah perpindahan outlet dari ampang ke jalan jati, penggunaan bahan baku sari buah pala mengalami peningkatan kembali dimana 24 liter bahan baku sari buah pala digunakan dalam jangka waktu satu bulan, sedangkan pada waktu outlet di ampang 24 liter untuk jangka waktu satu setengah bulan. Hal ini dikarenakan adanya peningkatan penjualan dari perpindahan outlet ampang ke jati.

Usaha minuman Es Pala merupakan salah satu minuman yang baru memulai mencoba bersaing dalam industri kuliner saat ini. Setelah berdiri hampir satu setengah tahun hingga saat ini, usaha minuman Es Pala mampu bertahan dan memenuhi keinginan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya yaitu kebutuhan pangan. Pada tahun 2023 periode bulan Januari–April omset yang diperoleh cukup berfluktuasi dimana pada bulan Januari–Februari mengalami peningkatan Rp. 418.000 dari Rp. 2.532.000 menjadi Rp. 2.950.000, dan mengalami penurunan pada bulan Maret sebesar Rp. 212.000 dari Rp. 2.950.000 menjadi Rp. 2.738.000. dan mengalami peningkatan kembali pada bulan April sebesar Rp. 1.407.000 dari Rp. 2.783.000 menjadi Rp. 4.145.000 (Lampiran 4). Dengan meningkatnya omset dalam empat bulan terakhir mengartikan bahwa konsumen mulai melirik minuman es pala, sebagai salah satu minuman yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

Seiring terjadinya pertumbuhan usaha minuman di Kota Padang maka tingkat persaingan antar usaha juga meningkat. Usaha minuman Es Pala merupakan salah satu usaha minuman yang baru, yang dituntut untuk terus meningkatkan eksistensinya ditengah maraknya persaingan antar usaha minuman di Kota Padang. Berbagai keunggulan yang ada pada usaha minuman Es Pala ini diharapkan mampu untuk memberikan apa yang selama ini diinginkan oleh konsumen dalam mengonsumsi minuman, terlebih untuk minuman baru yang terbuat dari ekstrak sari daging buah pala. Selain itu meningkatnya jumlah minuman di Kota Padang, juga akan memberikan banyak pilihan kepada konsumen untuk membuat keputusan mengonsumsi minuman Es Pala. Maka dari itu setiap usaha haruslah memiliki pengetahuan yang luas tentang konsumennya dalam menginginkan barang atau jasa sehingga usaha tersebut tahu bagaimana langkah yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan usaha. Perilaku konsumen sendiri adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini (Setiadi, 2010:2). Salah satu cara untuk mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen yaitu dengan menganalisis faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan proses pembelian

minuman Es Pala sehingga produsen dapat menjaga serta meningkatkan kualitas produk dan pelayanan dari hasil analisis tersebut.

Pemilik usaha minuman Es Pala harus mengetahui bagaimana perilaku konsumen dalam melakukan pembelian minuman Es Pala. Mengidentifikasi karakteristik konsumen yang berbeda-beda dikarenakan adanya perbedaan dari latar belakang demografi konsumen seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, maupun pendapatannya akan mempengaruhi keputusan pembelian sebuah produk. Menganalisis bagaimana proses keputusan pembelian, serta faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam pembuatan keputusan pembelian minuman Es Pala dibutuhkan untuk mengetahui apa yang diinginkan konsumen dan mencapai kepuasan yang diharapkan konsumen.

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana karakteristik konsumen dari minuman Es Pala?
2. Apakah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen minuman Es Pala?

C. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan karakteristik konsumen minuman Es Pala.
2. Menganalisis faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis yang mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen minuman Es Pala.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, diantaranya :

1. Bagi peneliti, untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya mengenai perilaku konsumen.
2. Bagi pemilik usaha diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan dan informasi yang bermanfaat sehingga dapat membantu dalam menetapkan strategi pemasaran yang tepat dan pengembangan usaha minuman Es Pala.

3. Bagi akademisi, sebagai sumber informasi untuk dijadikan bahan referensi pada penelitian selanjutnya.

