

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Dalam era yang modern seperti sekarang banyak industri berlomba-lomba mengembangkan produk-produk kreatif dan inovatif, salah satunya dikota Yogyakarta. Yogyakarta merupakan salah satu kota yang memiliki peluang untuk memulai berbisnis, sehingga banyak jenis industri yang dapat dikembangkan dikota yang berkarakteristik ini. Salah satu industri yang saat ini sedang berkembang adalah industri coklat.

Dilihat dari jumlah produksi kakao di Yogyakarta dari tahun ketahun relatif meningkat. Seperti yang telah di rangkum oleh Badan Kerjasama dan Penanaman Modal DIY, produksi kakao di Yogyakarta dari Tahun 2008-2012 dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1. 1**  
**Jumlah Produksi Kakao Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta**

Tahun Produksi	Jumlah Produksi (Ton)
2008	1184
2009	1117
2010	1334
2011	1143
2012	1367

Sumber : <https://cocoainfo.wordpress.com/cocoa-indonesia/kakao-daerah-istimewa-yogyakarta/>

Selain didukung oleh kenaikan daya beli coklat saat ini, hal tersebut juga di sebabkan oleh perubahan persepsi terhadap coklat. Informasi coklat yang cenderung negatif bagi tubuh misalnya banyak mengandung gula, lemak hingga menyebabkan kegendutan kini telah berubah. Banyak manfaat coklat yang justru baik bagi tubuh misalnya mengurangi resiko serangan jantung, anti depresan, menghambat penuaan, dapat menurunkan berat badan dan masih banyak lagi. Sehingga coklat yang dulu banyak di hindari oleh masyarakat justru kini berubah menjadi di gemari masyarakat.

Seperti Coklat Monggo yang diproduksi oleh PT. Anugerah Mulia Indobel. Coklat Monggo merupakan bisnis kuliner produk coklat pertama yang langsung diproduksi di kota yogyakarta (<http://chocolatemonggo.com/> diakses pada 28 april 2016). Coklat Monggo saat ini menjadi coklat khas kota Yogyakarta yang banyak digemari oleh konsumennya. Coklat Monggo ini sudah menjadi salah satu ikon dari Kota Yogyakarta. Coklat yang membawa cita rasa tradisional sering di cari oleh wisatawan. Tak heran jika kesuksesan Coklat Monggo membuat para pesaing menjadi iri dan menciptakan hal serupa.

Melihat pentingnya kegiatan promosi saat ini, maka Coklat Monggo juga telah melakukan beberapa kegiatan promosi. Berdasarkan data yang didapat, Coklat Monggo terlihat dominan melakukan kegiatan promosi dengan cara melakukan pemberian sampel dari Coklat Monggo langsung kepada konsumennya. Tujuannya adalah agar konsumen mengetahui rasa Coklat Monggo itu seperti apa karena jika hanya menawarkan saja tanpa ada bukti,

konsumen tidak akan mudah percaya begitu saja. Selain memberikan produk sampel, Coklat Monggo juga melakukan beberapa kegiatan seperti kontes, diskon, dan lain-lain.

Berdasarkan data yang dikutip dari Kompas.com Cokelat Monggo fokus mengusung kekhasan Jawa pada kemasannya. Berbeda dengan produk cokelat lain di pasaran, cokelat ini dibungkus kertas daur ulang berwarna krem yang diberi berbagai gambar berciri khas Jawa seperti gambar Candi Borobudur, tokoh wayang Semar, sampai becak. Cokelat Monggo berbahan 58 persen cokelat dark, tanpa bahan pengawet, dan menggunakan campuran seperti lemak nabati. Mencoba mengusung lokalitas, seluruh proses pembuatan cokelat ini dilakukan dengan industri rumahan yang menggunakan olahan tangan. Semua bahan baku cokelat pun disuplai dari perkebunan di Indonesia. Cita rasa lokal itu semakin kentara dengan penambahan rasa jahe, jeruk, kopi dan kacang mete.

Coklat Monggo ini mempunyai kelebihan lainnya, yaitu varian rasa dan keunikan produknya. Setidaknya ada enam jenis produk Monggo yang kini bisa ditemui di beberapa outlet yang menjual produk olahan cacao ini seperti bentuk bar, tablet serta pralines, produk awal yang dihasilkan Monggo di tahun awal didirikannya perusahaan cokelat ini. Monggo bar tersedia dalam beragam pilihan rasa yang cocok dibawa ketika beraktivitas di luar rumah.

Keunikan lainnya yang ditampilkan Coklat Monggo ini misalnya produk khusus yang disesuaikan dengan beragam *event* tahunan seperti, Imlek, Natal, Valentine, Halloween dan Paskah. Tak hanya itu, Monggo juga

menawarkan produk bernama Monggo Custom Made yang dapat disesuaikan dengan permintaan konsumen. Jenis coklat yang satu ini sering digunakan sebagai *wedding gift*. Khusus untuk buah tangan ketika sedang berlibur, Monggo juga menyediakan beragam pilihan produk yang didesain unik dengan nama Monggo Oleh-Oleh.

Keunikan varian rasa pada Coklat monggo ini yang menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian. Karena kebanyakan produk coklat yang beredar jarang sekali produk coklat menawarkan rasa pedas pada produk coklatnya. Tentunya keunikan produk Coklat Monggo ini menjadi salah satu daya tarik bagi para konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk Coklat Monggo.

Berdasarkan data yang dikutip dari KakaoIndonesia.com strategi yang dijalankan produsen Coklat Monggo adalah dengan membatasi distribusi hanya di tempat tertentu. Sehingga produk tersebut seolah tidak mudah diperoleh. Dalam hukum *supply demand* ketika sebuah produk semakin terbatas maka harganya juga akan semakin mahal. Sehingga sebuah produk coklat layak Anda bayar mahal. Sementara bagi kalangan menengah atas seringkali eksklusifitas produk kadang menjadi hal penting ketika mereka membeli sebuah produk mahal.

Berdasarkan dengan fenomena yang ada dan penelitian terdahulu Saputro (2016) dan Poli (2015), mendorong peneliti untuk melakukan modifikasi penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dengan subjek konsumen Coklat

Monggo di Yogyakarta. Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini berjudul **“ANALISIS PERSEPSI HARGA, PROMOSI, KEUNIKAN PRODUK DAN DISTRIBUSI COKLAT MONGGO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH MASYARAKAT YOGYAKARTA”**

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi harga, promosi, keunikan produk dan distribusi coklat monggo secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh masyarakat yogyakarta?
2. Apakah persepsi harga coklat monggo berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh masyarakat yogyakarta?
3. Apakah promosi coklat monggo berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh masyarakat yogyakarta?
4. Apakah keunikan produk coklat monggo berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh masyarakat yogyakarta?
5. Apakah distribusi coklat monggo berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh masyarakat yogyakarta?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitiannya sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, promosi, keunikan produk, dan distribusi coklat monggo secara simultan terhadap keputusan pembelian oleh masyarakat di yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga coklat monggo terhadap keputusan pembelian oleh masyarakat di yogyakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi coklat monggo terhadap keputusan pembelian oleh masyarakat di yogyakarta.
4. Untuk menganalisis pengaruh keunikan produk coklat monggo terhadap keputusan pembelian oleh masyarakat di yogyakarta.
5. Untuk menganalisis pengaruh distribusi coklat monggo terhadap keputusan pembelian oleh masyarakat di yogyakarta.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen tentang produk coklat monggo. Sehingga dapat memberikan gambaran kepada konsumen dalam menentukan keputusan pembelian produk tersebut.

2. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi bagi perusahaan sebagai pertimbangan untuk mengevaluasi kebijakan ataupun strategi yang digunakan dalam perusahaan.
- b. Sebagai bahan informasi untuk menambah wawasan bagi peneliti selanjutnya.