

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kopi (*Coffea spp.*) merupakan salah satu komoditas perkebunan yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan memegang peranan penting sebagai sumber devisa bagi Indonesia. Industri kopi juga menjadi sumber penghasilan bagi lebih dari satu setengah juta penduduk di negara ini. Di periode 2018, Indonesia menempati posisi keempat sebagai produsen kopi terbesar di dunia setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia. Sekitar 67% dari total produksi kopi Indonesia diekspor, sementara 33% lainnya dipakai buat mencukupi keperluan dalam negeri. Volume ekspor kopi Indonesia mencapai 324 juta kilogram, menempatkannya pada peringkat kelima di dunia setelah Brasil, Vietnam, Kolombia, dan Honduras (Marhawati, 2024).

Perkebunan kopi adalah sebuah komoditas terunggul yang mempunyai potensi lebih besar untuk dikembangkan. Sekarang ini perkembangan kopi di Indonesia berlangsung meningkat yang lebih baik. Pertumbuhan luas areal, produksi, dan produktivitas Indonesia 5 tahun terakhir bisa dilihat Tabel 1.

Tabel 1. Luas Areal, Produksi, dan Produktivitas Kopi di Indonesia Tahun 2016-2022

Tahun	Jumlah (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
2016	1.240.657	663.871	0,535
2017	1.238.598	717.962	0,580
2018	1.241.514	722.461	0,582
2019	1.245.358	761.113	0,611
2020	1.249.615	773.432	0,619
2021	1.279.570	786.200	0,765
2022	1.265.930	774.961	0,83

Sumber : BPS, 2023

Dari Tabel 1, dapat dilihat bahwa perkembangan industri kopi di Indonesia dalam lima tahun terakhir mendapati fluktuasi, tetapi cenderung menunjukkan bertambahnya di hal luas areal, produksi, dan produktivitas. Sewaktu tahun tersebut, rata-rata peningkatan luas areal setiap tahun mencapai 0.72%, sementara peningkatan produksi mencapai 14.17%. Peningkatan ini terjadi sebagai respons terhadap meningkatnya permintaan kopi baik di dalam negeri atau pun di pasar internasional (Darmawan, 2022).

Kopi mempunyai nilai ekonomis cukup tinggi untuk digunakan. Banyaknya manfaat kopi hendak meningkatkan penghasilan petani dengan terdapatnya kerja sama pada petani serta konsumen kopi. Kopi di Indonesia selalu dimanfaatkan banyak cara minuman, makanan, kosmetik dan lain-lain hingga bisa membuat nilai tambah dari kopi sendiri. Masalah tersebut mengakibatkan konsumsi kopi skala Nasional bertambah. Banyak konsumsi kopi dalam negeri bisa di lihat di tabel 2 dibawah ini.

Tabel 2. Konsumsi Kopi Nasional Tahun 2016-2022

Tahun	Jumlah Konsumsi (Kg)
2016	270.000
2017	276.000
2018	282.000
2019	285.000
2020	310.000
2021	370.000
2022	379.655

Sumber: BPS, 2023

Berdasarkan Tabel 2, terlihat bahwa konsumsi kopi di Indonesia mengalami penambahan yang signifikan di tahun 2016 hingga 2020, yakni sebesar 12,90%. Peningkatan ini tidak hanya dipengaruhi oleh kebiasaan sosial masyarakat

dalam mengonsumsi kopi, tetapi juga oleh faktor-faktor seperti harga yang terjangkau, kemudahan dalam penyajiannya, dan beragamnya rasa kopi yang sesuai dengan preferensi konsumen (Mulyani, 2020).

Kopi telah menjadi minuman yang mendunia dengan kebiasaan konsumsi yang berubah seiring perkembangan zaman dan gaya hidup. Dahulu, masyarakat biasanya hanya minum kopi pada pagi juga malam hari, namun sekarang konsumsi kopi bisa terjadi kapan saja, mengakibatkan peningkatan yang signifikan dalam konsumsi. Minuman ini populer di kalangan remaja dan dewasa, serta memiliki nilai ekonomis yang tertinggi di pasar global, khususnya di Indonesia yang ialah suatu penghasil kopi terkemuka. Meningkatnya kebutuhan akan kopi, baik di dalam negeri maupun luar negeri, menjadikan tanaman kopi sebagai sebuah komoditas ekspor utama yang dikembangkan di Indonesia. Pernyataan dari Kasali, seorang pakar pemasaran, menunjukkan bahwa minum kopi tak hanya sekadar untuk hilangkan mengantuk, namun telah menjadi bagian dari gaya hidup. Tempat-tempat seperti *coffee shop* atau kedai kopi telah membuat tempat nongkrong yang sangat diinginkan, sesuai pada karakter orang Indonesia yang senang bertemu (Selvi, 2020).

Minat terhadap budaya minum kopi telah jadi gaya baru yang merambah ke bermacam setiap masyarakat. Keinginan yang bertambah akan kopi telah mendatangkan bermacam merek, kafe, serta kedai kopi di kota-kota besar. Salah satu daerah penghasil kopi yang potensial namun belum banyak terekspos secara nasional adalah Kabupaten Kuningan, Provinsi Jawa Barat. Kabupaten ini memiliki kondisi geografis dan iklim yang mendukung budidaya tanaman

kopi, terutama di daerah dataran tinggi seperti wilayah Cibereum, Kecamatan Cilimus. Berdasarkan data dari Agricom dan Jabarupdate, pada tahun 2023 luas lahan kopi di Kabupaten Kuningan mencapai sekitar 1.485,25 hektare untuk jenis robusta dan 87,07 hektare untuk jenis arabika. Wilayah sentra kopi di Kabupaten Kuningan tersebar di beberapa kecamatan seperti Subang, Selajambe, Hantara, dan Cilimus, dengan jenis kopi yang dibudidayakan meliputi robusta dan arabika. Namun, masing-masing desa memiliki ciri khas tersendiri dalam proses produksi, pengolahan, dan cita rasa kopi yang dihasilkan.

Sebuah contoh sentra produksi kopi lokal yang terkenal adalah Desa Cibereum di Kecamatan Cilimus, Kabupaten Kuningan, Provinsi Jawa Barat. Desa Cibereum juga telah diresmikan menjadi tempat Wisata Kopi pertama di Kabupaten Kuningan oleh Bupati Kabupaten Kuningan juga Bank Indonesia Kantor Perwakilan Cirebon di tanggal 10 Desember 2019. Bank Indonesia (BI) secara teknis telah mengembangkan Desa Wisata Cibereum dengan tujuan memajukan desa tersebut. Pembinaan yang dilakukan meliputi aspek keterampilan dan peralatan, dengan harapan dapat menjadi fasilitas pengembangan hingga Desa Cibereum jadi desa wisata kopi yang berkembang pesat. Desa Cibereum dipilih menjadi daerah wisata kopi karena memiliki sejarah yang kaya dan merupakan pusat produksi kopi yang signifikan (Wachdijono, 2022).

Desa Cibereum, yang terletak di lereng Gunung Ciremai, memiliki keunggulan geografis dan agroklimat yang sangat cocok untuk budidaya kopi.

Kopi Cap Gunung Ciremai dari desa ini memiliki karakteristik aroma yang kuat, rasa yang seimbang antara pahit dan asam, serta aftertaste yang khas. Keunggulan tersebut diperoleh dari metode pengolahan semi-washed yang digunakan oleh petani lokal, serta penggunaan pupuk organik yang ramah lingkungan. Selain itu, proses sangrai kopi masih dilakukan secara tradisional, yang mempertahankan keaslian cita rasa kopi lokal. Jika dibandingkan dengan kopi dari desa lain di Kecamatan Cilimus atau di kecamatan lain di Kabupaten Kuningan, seperti kopi dari Desa Selajambe yang cenderung memiliki rasa lebih asam, atau kopi dari Desa Subang yang lebih ringan, maka kopi Cibereum menonjol dengan karakter rasa yang lebih kompleks dan berani.

Di Desa Wisata Kopi Cibereum, pendatang memiliki kesempatan untuk menikmati wisata edukasi seputar proses kopi, mulai dari memetik buah kopi, penggilingan, sampai menyajikan minuman kopi. Hal ini jadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Dengan resminya Desa Wisata Kopi Cibereum, diminta bisa mengembangkan ekonomi berbasis masyarakat, sebab semua paket wisata diatur oleh masyarakat terdekat serta mengikut sertakan komunitas. Salah satu pabrik kopi yang tumbuh dan berkembang di Desa Cibereum adalah Ciremai Coffe Co yang dipelopori oleh bapak H. Some pada tahun 1990. Pabrik ini telah berhasil memproduksi berbagai produk minuman berbasis kopi lokal yang diketahui pada panggilan Kopi Cap Gunung Ciremai. Produk olahan mereka ialah kopi bubuk dan biji kopi. Selain menjual kopi robusta, mereka juga menjual kopi arabika (Admin, 2020).

Adanya peningkatan minat terhadap produk kopi dan semakin banyaknya jenis kopi yang beredar di masyarakat, pihak pengelola kopi di Desa Cibereum perlu mengerti sikap pembeli serta kenali kebutuhan dan kemauan pembeli sekarang ini hingga dikemudian hari. Masalah tersebut jadi sesuatu yang terutama untuk dipahami pihak pengelola supaya bisa mempertahankan serta meningkatkan tingkat kesenangan pembeli. Kepuasan konsumen adalah tingkat kesenangan atau kepuasan yang dialami oleh pelanggan sesudah memakai produk atau layanan khusus. Ini meliputi sejauh mana produk atau layanan ini mencukupi atau melebihi keinginan serta kebutuhan pembeli. Kesenangan konsumen merupakan indikator penting dalam menilai kualitas produk atau layanan serta dalam mempertahankan pelanggan dan membangun loyalitas merek. Dalam bisnis, menciptakan kesenangan pembeli yang tinggi ialah tujuan utama yang sering dikejar, sebab kepuasan pembeli yang tinggi dapat berkontribusi pada kesuksesan jangka panjang perusahaan (Afnina, 2018).

Melalui penjelasan tersebut, jadi peneliti terpikat untuk mempelajari lebih dalam mengenai “Analisis Kepuasan Relatif Konsumen Terhadap Karakteristik Produk Kopi Cap Gunung Ciremai di Desa Cibereum Kecamatan Cilimus Kabupaten Kuningan”.

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik produk (harga, rasa, dan kemasan) Kopi Cap Gunung Ciremai yang diproduksi di Desa Cibereum Kecamatan Cilimus Kabupaten Kuningan?
2. Bagaimana tingkat kepuasan relatif konsumen terhadap produk Kopi Cap Gunung Ciremai yang diproduksi di Desa Cibereum Kecamatan Cilimus Kabupaten Kuningan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat tingkat kepuasan relatif konsumen terhadap produk Kopi Cap Gunung Ciremai yang diproduksi di Desa Cibereum Kecamatan Cilimus Kabupaten Kuningan.
2. Untuk mengetahui gambaran karakteristik produk (harga, rasa, dan kemasan) Kopi Cap Gunung Ciremai yang diproduksi di Desa Cibereum Kecamatan Cilimus Kabupaten Kuningan.
3. Untuk mengetahui gambaran prevalensi pecinta kopi di Desa Cibereum Kecamatan Cilimus Kabupaten Kuningan.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Riset ini memberikan wawasan serta ilmu pengetahuan yang baru kepada peneliti serta memberikan kesempatan untuk mengimplementasikan secara langsung teori yang telah didapatkan selama perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

Riset ini bisa dijadikan bahan masukan serta pertimbangan untuk pihak manajemen perusahaan pada meningkatkan mutu produk untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang telah ada serta memikat konsumen yang baru.

3. Bagi Pembaca

Riset ini bisa memperbanyak pemahaman serta pengetahuan sehingga masyarakat bisa memilih kopi yang berkualitas dan bermutu tinggi.

E. Pembatasan Masalah

1. Penelitian ini dilaksanakan di outlet Ciremai Coffe Co di Desa Cibereum Kecamatan Cilimus Kabupaten Kuningan.
2. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Ciremai Coffe Co .
3. Responden yang diambil penelitian ini ialah konsumen yang membeli Kopi Cap Gunung Ciremai di outlet Ciremai Coffe Co.
4. Penelitian ini berfokus untuk mengetahui tingkat kepuasan relatif konsumen terhadap produk Kopi Cap Gunung Ciremai secara umum, tanpa membedakan berdasarkan varian produk.

5. Terdapat delapan varian kopi yang dipasarkan, namun dalam penelitian ini seluruh varian dianggap sebagai satu kesatuan produk dalam pengukuran kepuasan konsumen.

