

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian berperan penting di negara-negara agraris khususnya Indonesia. Sektor pertanian merupakan salah satu sektor ekonomi yang mempunyai potensi besar untuk memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan dan pembangunan perekonomian nasional (Vaulina & Rahmi, 2013). Hal ini dikarenakan sektor ini tidak hanya menjadi sumber penghidupan utama bagi sebagian besar masyarakat, tetapi juga memiliki kontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) negara (BPS, 2023). Pada tahun 2023 sektor pertanian Indonesia memberikan kontribusi sebesar 12,53% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Pertumbuhan PDB sektor pertanian mengalami pertumbuhan sebesar 1,30% selama Triwulan IV 2023. Sub-sektor perkebunan merupakan salah satu sub-sektor pertanian yang berperan penting dalam meningkatkan perekonomian nasional baik secara ekonomis, ekologis, maupun sosial budaya. Sub-sektor perkebunan menempati urutan pertama di sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan pada tahun 2023 sebagai penyedia bahan baku industri, penyerap tenaga kerja, dan penghasil devisa (BPS, 2023). Salah satu komoditas perkebunan yang mempunyai peran penting dalam kegiatan perekonomian nasional yaitu kopi.

Perkebunan kopi merupakan salah satu komoditi unggulan yang memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan. Saat ini perkembangan kopi baik di Jawa Tengah maupun di Indonesia terjadi peningkatan yang cukup baik. Perkembangan luas tanaman di Jawa Tengah dan Indonesia dalam 5 tahun terakhir dapat dilihat Tabel 1.

Tabel 1. Luas Perkebunan Tanaman Kopi di Indonesia dan Jawa Tengah

| Tahun | Indonesia | Jawa Tengah |
|-------|-----------|-------------|
| 2019 | 1.245,20 | 46,60 |
| 2020 | 1.242,80 | 47,20 |
| 2021 | 1.258,80 | 49,40 |
| 2022 | 1.266,00 | 48,80 |
| 2023 | 1.268,90 | 49,00 |
| 2024 | 1.262,96 | 48,68 |

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2024

Tabel 1, menunjukkan bahwa perkembangan luas perkebunan tanaman kopi dalam hitungan ribu hektar di Indonesia dan Jawa Tengah dalam 5 tahun terakhir cenderung mengalami peningkatan. Dalam periode tersebut rata-rata peningkatan luas perkebunan tanaman kopi di Indonesia per tahun sebesar 0,47%, sedangkan Jawa Tengah sebesar 1,29%. Berbeda dengan tahun 2024 di Indonesia yang mengalami penurunan sebesar 5,94 ribu ton dan di Jawa Tengah sebesar 0,32 ribu ton.

Di Indonesia kopi yang dibudayakan secara umum yaitu kopi arabika (*Coffea arabica*) dan kopi robusta (*Coffea robusta*). Jenis lainnya yaitu kopi liberika (*Coffea liberica*) dan kopi ekselsa (*Coffea*

excelsa). Pada tahun 2022 produksi kopi di Indonesia mencapai 793,19 ribu ton. Konsumsinya diproyeksikan sebesar 379,655 ribu ton. Produksi diproyeksikan turun 0,45% menjadi 789,6 ribu ton pada 2023. Sementara ekspor bersih pada tahun 2022 sebesar 413,53 ribu ton, dan mengalami kenaikan 0,84% menjadi 417 ribu ton pada 2023. Sedangkan konsumsinya turun 1,86% menjadi 372,6 ribu ton pada tahun yang sama. Dari total produksinya 67% kopi di ekspor dan sisa 33% untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Ekspor Indonesia berada di urutan lima di bawah Brasil, Vietnam, Columbia, dan Honduras (Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI), 2018).

Jika dilihat dari jenis kopi yang diusahakan, kopi robusta mendominasi produksi kopi di Indonesia. Pada tahun 2014-2023, sebesar 72,71% atau rata-rata 517,41 ribu ton adalah kopi robusta, sementara sisanya sebanyak 27,29% atau 194,19 ribu ton adalah kopi jenis arabika. Sentra produksi kopi robusta di Indonesia, data rata-rata lima tahun terakhir adalah Provinsi Sumatera Selatan, Lampung, Bengkulu, Jawa Timur, dan Jawa Tengah. Adapun sentra produksi kopi arabika di tahun yang sama terdapat di Provinsi Aceh, Sumatera Utara, Sulawesi Selatan, dan Sumatera Barat. Pada 2024, harga kopi robusta terus merangkak naik. Paling tinggi tercatat pada 25 April 2024, yaitu mencapai US\$ 4.304/ton atau sekitar Rp.70 juta. Menurut Data Kementerian Pertanian (Kementan) dan Kamar Dagang Industri

Indonesia (Kadin) pada tahun 2022, menunjukkan bahwa Indonesia memiliki *roadmap* atau peta jalan produksi, ekspor, konsumsi kopi Indonesia hingga 2026 mendatang. Berikut merupakan tabel *roadmap* Data Produksi, Net Ekspor, dan Konsumsi kopi di Indonesia :

Tabel 2. Peta jalan Data Produksi, Net Ekspor, dan Konsumsi kopi

| Tahun | Produksi | Net Ekspor | Konsumsi |
|-------|----------|------------|----------|
| 2022 | 793.193 | 413.538 | 379.655 |
| 2023 | 789.609 | 417.009 | 372.600 |
| 2024 | 789.233 | 420.481 | 368.752 |
| 2025 | 789.220 | 423.952 | 365.268 |
| 2026 | 789.260 | 427.423 | 361.837 |

Sumber : Data Kementerian Pertanian, 2022

Jika dilihat pada tabel 2, produksi diproyeksikan cenderung stagnan menjadi kisaran 789 ribu ton sepanjang 2024-2026. Namun ekspor bersihnya diprediksi terus meningkat, dari 420 ribu hingga 427 ribu ton pada 2024 hingga 2026. Sementara konsumsinya justru diprediksi terus turun, dari kisaran 368 ribu ton pada 2024 menjadi 361 ribu ton pada 2026 (Pertanian, 2022).

Kopi robusta merupakan tanaman asli Afrika yang meliputi daerah Kongo, Sudan, Liberia, dan Uganda. Kopi jenis ini memiliki sifat lebih unggul dan sangat cepat berkembang, oleh karena itu jenis ini lebih banyak dibudidayakan oleh petani kopi di Indonesia. Kopi robusta memiliki rasa yang pahit, sedikit asam dan mengandung kafein lebih tinggi dari kopi arabika (Aditya, 2015). Kopi Arabika (*Coffea arabica*) memiliki kandungan kafein yang berkisar antara 0,8% hingga 1,5% berdasarkan berat keringnya. Kandungan ini lebih rendah dibandingkan

kopi Robusta, yang memiliki kadar kafein sekitar 2% hingga 2,7%. Penelitian terbaru dalam satu dekade terakhir menunjukkan bahwa faktor genetik, kondisi lingkungan, dan proses pascapanen memengaruhi kandungan kafein pada Arabika. Kandungan standar kafein dalam secangkir kopi seduh yaitu 0,9 - 1,6% pada kopi arabika, 1,4 - 2,9% pada kopi robusta, dan 1,7% pada campuran kopi arabika dan kopi robusta dengan perbandingan 3 : 2 (Farah, 2019).

Banyaknya olahan kopi robusta yang dipasarkan menjadikan masyarakat dengan mudah mendapatkan dan memutuskan pembelian sesuai dengan preferensinya masing-masing. Keputusan pembelian konsumen akan sangat bergantung kepada preferensi yang mereka punya (Vipriyanti et al., 2023). Informasi mengenai preferensi konsumen dapat dilihat dengan menggunakan pendekatan atribut produk. Atribut kopi robusta diantaranya yaitu harga, cita rasa, aroma, dan cara penyajian. Apabila kesukaan konsumen terhadap atribut kopi robusta telah diketahui, maka diharapkan perkembangan kopi robusta semakin pesat dan produksinya meningkat.

Perilaku konsumen menurut Wahyuni & Zuhriyah (2020), yaitu sejumlah perbuatan nyata pembeli yang terpengaruh dengan aspek psikologis & aspek luar yang menuntun mereka untuk menentukan barang yang diinginkannya. Menurut Kotler & Keller (2016), perilaku konsumen dipengaruhi oleh karakteristik konsumen yang meliputi faktor budaya, sosial, dan pribadi, serta aspek psikologi seperti

motivasi, persepsi, emosi, dan pengalaman. Faktor budaya mencakup budaya utama, subkultur, dan kelas sosial yang membentuk preferensi konsumen, sementara faktor sosial melibatkan pengaruh kelompok referensi dan keluarga. Di sisi lain, faktor pribadi seperti usia, pekerjaan, kondisi ekonomi, kepribadian, dan gaya hidup, serta proses psikologis individu, memainkan peran penting dalam menentukan keputusan pembelian.

Perkembangan kopi robusta di Purwokerto saat ini sedang berada difase kedewasaan (*maturity*), terlihat dari meningkatnya produksi kopi serta bertumbuhnya *coffee shop*. Dengan banyaknya *Coffee shop* di Kota Purwokerto membuat permintaan akan kopi semakin meningkat sehingga terjalinnya mitra antara petani dan *coffee shop* untuk membeli secara langsung. Tingginya minat mengonsumsi kopi di Purwokerto ditandai dengan mulai banyak bermunculan *coffee shop*. Sebelum *coffee shop* berkembang seperti saat ini, sudah banyak juga warung kopi yang menjual kopi, namun terdapat perbedaan antara warung kopi dan *coffee shop* dilihat dari penggunaan bahan baku kopi, dimana warung kopi hanya menggunakan kopi yang sudah menjadi kemasan kopi bubuk yang beredar di toko maupun swalayan yang berbahan dasar kopi robusta. Berbeda dengan *coffee shop*, yang dimana melakukan penyeduhan dari biji kopi yang diolah dan disajikan dengan beberapa perlakuan khusus. Berbagai perlakuan khusus ini, mulai dari pemilihan biji kopi, proses sangrai, metode penyeduhan, hingga presentasi, secara

tidak langsung membentuk atribut produk yang ditawarkan *coffee shop*, Atribut – atribut inilah yang kemudian menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan tempat untuk menikmati kopi.

Kotler (2001) berpendapat bahwa atribut produk menjadi karakteristik produk yang berfungsi sebagai atribut evaluatif pada saat konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk. Karakteristik konsumen mencakup faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian dan preferensi mereka terhadap suatu produk. Dalam konteks perilaku konsumen modern, beberapa penelitian menunjukkan bahwa faktor demografis, psikografis, sosial, dan situasional saling berkaitan. Dalam demografi, usia masih menjadi salah satu faktor utama yang menentukan preferensi. Penelitian oleh Hoyer et al., (2020), menunjukkan bahwa generasi milenial lebih tertarik pada produk berbasis teknologi dan ramah lingkungan, sedangkan generasi yang lebih tua cenderung fokus pada kualitas dan fungsionalitas produk. Pendapatan juga sangat memengaruhi pola konsumsi, terutama di pasar berkembang, di mana konsumen kelas menengah mengalami peningkatan daya beli (Solomon, 2018). Peningkatan daya beli ini membuka peluang bagi berbagai bisnis kopi, termasuk Patawi Purwokerto, yang menyajikan berbagai jenis kopi, di antaranya yaitu kopi robusta.

Patawi Purwokerto merupakan tempat yang menyajikan berbagai minuman, diantaranya yaitu kopi robusta yang terkenal dengan rasa

bold dan karakter khasnya. Tempat ini kerap menjadi pilihan bagi anak muda yang kini semakin menggemari budaya "ngopi" sambil berkumpul atau bekerja di luar rumah. Dengan suasana estetik dan modern, Patawi menciptakan ruang yang nyaman untuk generasi muda yang menyukai eksplorasi kopi. Bagi banyak anak muda, minum kopi di tempat seperti Patawi bukan sekadar kegiatan, tetapi bagian dari gaya hidup dan juga interaksi sosial yang seru dan kreatif. Pengunjung sering memuji pelayanan ramah serta area outdoor yang menambah kesan menyegarkan. Kedai ini mendukung suasana yang santai dan cocok untuk acara bersama teman atau keluarga. Lokasinya yang mudah diakses menjadikannya titik favorit bagi warga yang ingin menikmati atmosfer yang bersih dan nyaman khas kedai kopi modern.

Proses produksi kopi dan pengolahan bahan baku Patawi Purwokerto dilakukan secara mandiri pada mesin pengolahan. Setelah dipetikanya biji kopi, dilakukanlah proses pengolahan. Pengolahannya dilakukan selama kurang lebih 18-20 menit perbatch, dengan 9kg greenbean perbatch. Kemudian diberi masa resting untuk kopi robusta tersebut, dengan masa resting yang ideal yaitu sekitar 4-6 hari. Patawi Purwokerto ini hanya memproduksi 2 jenis kopi secara keseluruhan yaitu arabika, dan robusta. Dengan kebutuhan perbulan kopi arabika sekitar 50 kg, dan robusta sekitar 100-150 kg. Pendapatan kotor yang diperoleh Patawi Purwokerto kurang lebih Rp 110 juta perbulan.

Pembelian produk kopi robusta di Patawi Purwokerto sebagian besar didasarkan pada preferensi pribadi, baik suka maupun tidak suka. Konsumen cenderung mempertimbangkan ciri-ciri fisik yang khas dari kopi robusta untuk mencapai tingkat kepuasan yang diharapkan. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk mengkaji karakteristik sosial ekonomi, perilaku konsumen, atribut-atribut pada kopi robusta, serta faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen terhadap kopi robusta.

Patawi Purwokerto dipilih sebagai lokasi penelitian karena beberapa pertimbangan. Selain daya tarik konsumen yang konsisten, terlihat dari jumlah pengunjung yang selalu ramai dari remaja hingga dewasa meskipun jam operasionalnya terbatas dari pukul 08.00 hingga 18.00. Tempat ini juga menawarkan karakteristik unik dalam pengalaman kopi yang menarik untuk dikaji lebih lanjut. Selain itu, keunggulan Patawi terletak pada kemampuannya dalam memproduksi kopi robusta secara mandiri, sehingga memiliki kualitas rasa yang autentik dan tersendiri.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik sosial ekonomi dan perilaku konsumen dalam pembelian kopi robusta di Patawi Purwokerto?

2. Faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam melakukan pembelian kopi robusta di Patawi Purwokerto?
3. Apakah atribut yang dimiliki kopi robusta berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli kopi robusta di Patawi Purwokerto?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui karakteristik dan perilaku konsumen dalam pembelian kopi robusta di Patawi Purwokerto.
2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam membeli kopi robusta di Patawi Purwokerto.
3. Mengidentifikasi atribut yang dimiliki kopi robusta berpengaruh keputusan konsumen dalam membeli kopi robusta di Patawi Purwokerto.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti serta sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan meraih gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian dan Perikanan Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

2. Bagi produsen, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan bisnis kopi robusta berdasarkan selera konsumen yang lebih detail.
3. Bagi *Coffee Shop* Patawi Purwokerto, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan terkait minat dan preferensi konsumen terhadap kopi robusta. Penelitian ini dapat menjadi masukan dalam mempertimbangkan pengembangan kopi robusta sesuai dengan harapan dan saran yang disampaikan konsumen.
4. Bagi akademis dan pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi, wawasan, serta referensi yang berkaitan dengan preferensi konsumen dalam membeli kopi robusta.

E. Hipotesis

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₀ : Tidak adanya pengaruh yang signifikan dari atribut kopi robusta terhadap preferensi konsumen dalam pembelian kopi robusta di Patawi Purwokerto.

H_a : Adanya pengaruh yang signifikan dari atribut kopi robusta terhadap preferensi konsumen dalam pembelian kopi robusta di Patawi Purwokerto.

F. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilaksanakan di Coffee Shop Patawi Purwokerto yang berlokasi di Perum Puri Intan no. 91 Pabuaran, Purwokerto Utara, pada bulan Januari – Februari 2025.
2. Kopi yang dijadikan sebagai objek adalah kopi robusta di Patawi Purwokerto.
3. Responden merupakan orang yang pernah membeli dan sedang membeli kopi di Patawi Purwokerto yang digunakan untuk konsumsi sendiri.
4. Karakteristik responden yang diamati adalah jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan tingkat pendapatan.
5. Atribut kopi robusta yang diamati adalah harga, cita rasa, aroma, dan cara penyajian