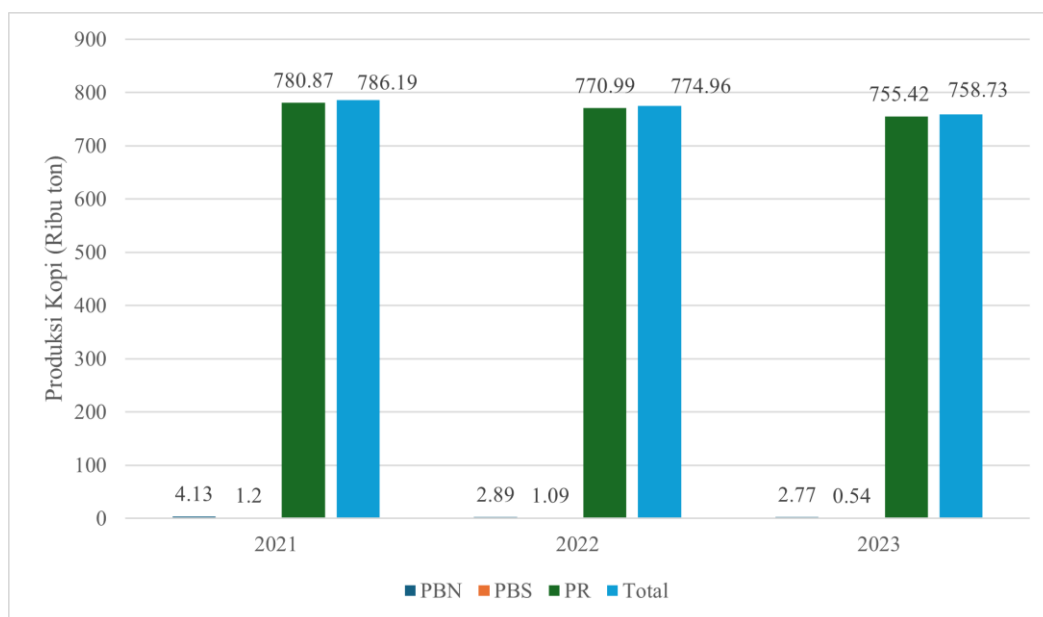


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia sekaligus menjadi minuman yang banyak dikonsumsi masyarakat. Indonesia tercatat sebagai salah satu negara produsen kopi terbesar di dunia (Rohmah dan Sobari, 2021). Berdasarkan data dari Kementerian Pertanian pada Badan Perakitan dan Modernisasi Pertanian Perkebunan (BRMP) bahwa pada tahun 2022–2025, Indonesia menduduki peringkat keempat sebagai produsen kopi terbesar dunia setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia. Adapun perkembangan produksi kopi Indonesia tahun 2021–2023 dapat dilihat pada Gambar 1.



Sumber: Badan Pusat Statistik Kopi Indonesia (2023)

Keterangan :

PBN : Perkebunan Besar Negara

PBS : Perkebunan Besar Swasta

PR : Perkebunan Rakyat

Gambar 1. Produksi Perkebunan Kopi di Indonesia Menurut Status Pengusahaan, (2021-2023)

Gambar 1 menunjukkan bahwa produksi kopi di Indonesia didominasi oleh Perkebunan Rakyat (PR) dibandingkan Perkebunan Besar Negara (PBN) dan Perkebunan Besar Swasta (PBS). Kopi di Indonesia sebagian besar ditanam di perkebunan rakyat sehingga banyak petani bergantung pada budidaya kopi sebagai sumber mata pencaharian (Putri *et al.*, 2018). Dominasi perkebunan rakyat dalam produksi kopi telah lama terjadi, di mana lebih dari 90 persen produksi kopi Indonesia berasal dari perkebunan rakyat, sedangkan sisanya berasal dari perkebunan besar negara dan swasta (Tarigan *et al.*, 2021). Selama periode 2021–2023, produksi kopi menunjukkan tren menurun. Produksi kopi yang semula sebesar 786,19 ribu ton pada tahun 2021 menurun menjadi 774,96 ribu ton pada tahun 2022 atau turun sebesar 1,43 persen, kemudian kembali menurun menjadi 758,73 ribu ton pada tahun 2023 atau turun sebesar 2,09 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Secara keseluruhan, produksi kopi selama periode tersebut mengalami penurunan sebesar 3,49 persen.

Meskipun produksi kopi menunjukkan penurunan, akan tetapi permintaan dan konsumsi kopi justru terus mengalami peningkatan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kopi tidak hanya berperan sebagai komoditas perkebunan, tetapi juga sebagai produk konsumsi yang semakin diminati (Wibowo, 2019). Meningkatnya konsumsi kopi sejalan dengan perubahan pola konsumsi masyarakat yang menjadikan aktivitas minum kopi sebagai bagian dari gaya hidup modern dan budaya sosial yang terus berkembang (Tania dan Hurdawaty, 2022). Untuk melihat tingkat konsumsi kopi masyarakat di Kabupaten Kuningan, dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Konsumsi Kopi di Kabupaten Kuningan

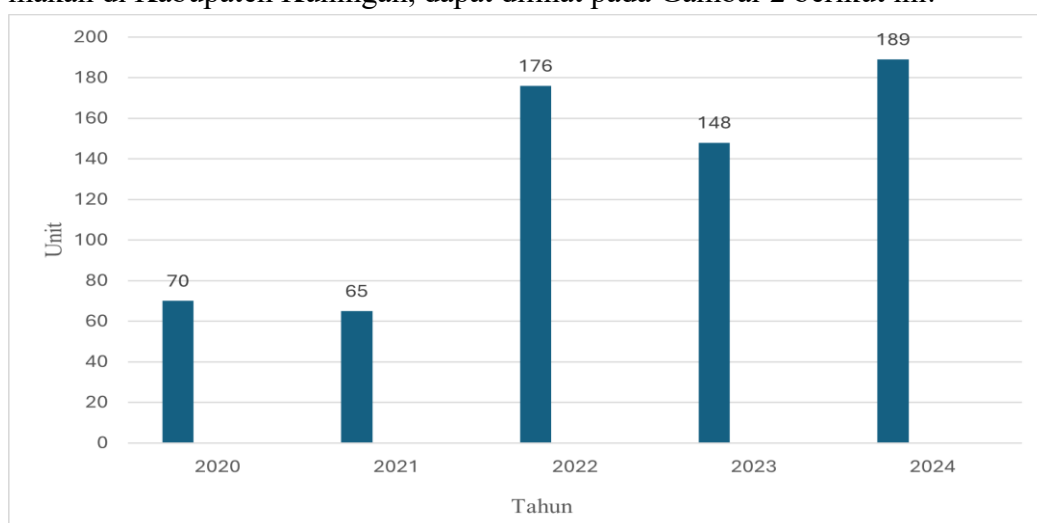
Tahun	Konsumsi (Kg/Perkapita/Minggu)	Persentase (%)
2021	0,051	5,10
2022	0,028	2,80
2023	0,036	3,60
2024	0,039	3,90
2025	0,042	4,20

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, Tahun 2026

Berdasarkan dari Tabel 1. Konsumsi kopi di Kabupaten Kuningan tahun 2021–2025 menunjukkan bahwa tingkat konsumsi kopi masyarakat mengalami fluktuasi. Pada tahun 2021 konsumsi kopi tercatat sebesar 0,051 kg/kapita/minggu,

kemudian mengalami penurunan cukup signifikan pada tahun 2022 menjadi 0,028 kg/kapita/minggu atau turun sekitar 45,10 persen. Selanjutnya, konsumsi kopi kembali meningkat pada tahun 2023 menjadi 0,036 kg/kapita/minggu atau naik sebesar 28,57 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan tersebut terus berlanjut pada tahun 2024 menjadi 0,039 kg/kapita/minggu atau meningkat sekitar 8,33 persen dan pada tahun 2025 kembali naik menjadi 0,042 kg/kapita/minggu dengan kenaikan sebesar 7,69 persen. Meskipun sempat mengalami penurunan yang cukup besar pada tahun 2022, secara umum konsumsi kopi masyarakat di Kabupaten Kuningan menunjukkan kecenderungan meningkat pada tahun-tahun berikutnya, yang menandakan bahwa minat masyarakat terhadap konsumsi kopi masih relatif tinggi (Purnamasari dan Saptadinata, 2023).

Peningkatan konsumsi kopi turut mendorong berkembangnya berbagai usaha yang bergerak di bidang minuman kopi seperti munculnya berbagai kedai kopi dan kafe di berbagai daerah (Humairo dan Firmansyah, 2025). Menurut Amalia *et al.*, (2025), kafe atau kedai kopi merupakan suatu tempat yang menjadikan minuman kopi sebagai menu utama atau fokus penjualannya. Di tempat ini, biasanya menyediakan berbagai macam minuman kopi yang diracik langsung oleh orang yang berpengalaman dan memiliki keahlian dalam meracik kopi atau sering disebut barista. Untuk melihat tingkat jumlah usaha kafe, restoran dan rumah makan di Kabupaten Kuningan, dapat dilihat pada Gambar 2 berikut ini:



Sumber: Open Data Jabar, Tahun 2025

Gambar 2. Jumlah Usaha Kafe, Restoran dan Rumah Makan di Kabupaten Kuningan

Berdasarkan Gambar 2, jumlah usaha menunjukkan tren yang cenderung meningkat meskipun mengalami fluktuasi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sektor usaha penyedia makanan dan minuman terus berkembang sehingga persaingan antar pelaku usaha menjadi semakin kompetitif. Menurut Shaufi dan Yanti (2024), meningkatnya persaingan usaha menuntut pelaku usaha untuk memahami preferensi konsumen sebagai dasar dalam menyusun strategi pemasaran dan pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Salah satu kafe yang turut berkontribusi dalam perkembangan tersebut adalah Kafe Kane yang menawarkan beragam menu minuman kopi untuk memenuhi selera konsumennya. Kehadiran berbagai kafe dengan konsep unik menunjukkan bahwa konsumen kini lebih selektif dalam memilih minuman kopi sesuai preferensi. Preferensi berasal dari kata bahasa Inggris *preference* yang berarti “*a greater liking for one alternative over another or others*” (kesukaan akan sebuah hal dibandingkan dengan hal yang lain) (Manglo, 2021).

Berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan di lokasi penelitian, Kafe Kane menghadapi permasalahan berupa meningkatnya persaingan usaha kafe di Kabupaten Kuningan yang ditandai dengan semakin banyaknya kafe yang menawarkan berbagai konsep serta variasi menu minuman kopi yang berdampak pada penjualan kopi. Di tengah banyaknya pilihan kafe dan warung kopi, konsumen melakukan perbandingan harga minuman kopi tanpa memahami perbedaan kualitas bahan baku, proses pengolahan, dan penyajian yang ditawarkan oleh kafe. Kondisi ini menyebabkan sebagian konsumen menilai harga kopi di kafe relatif lebih tinggi dibandingkan warung kopi, meskipun kualitas kopi yang digunakan berbeda. Akibatnya, preferensi konsumen dalam memilih minuman kopi menjadi tidak menentu. Oleh karena itu, diperlukan analisis preferensi konsumen terhadap atribut minuman kopi, seperti harga, cita rasa, jenis kopi, aroma kopi, varian minuman kopi dan kemasan guna membantu pihak kafe dalam merumuskan strategi pengembangan produk dan pemasaran yang lebih efektif.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi pilihan konsumen terhadap berbagai atribut minuman kopi di Kafe Kane Kuningan Jawa Barat. Penelitian ini dianggap penting untuk memahami kecenderungan

konsumen dalam menentukan pilihan dan melakukan pembelian minuman kopi. Preferensi sendiri merupakan tingkat kesukaan konsumen yang dipengaruhi oleh atribut yang melekat pada minuman kopi. Sikap konsumen turut memengaruhi keputusan pembelian yang dipicu oleh atribut seperti harga, cita rasa, jenis kopi, aroma kopi, varian minuman kopi dan kemasan sehingga terlihat bahwa atribut tersebut berperan dalam keputusan membeli. Oleh karena itu, sikap dan perilaku konsumen memiliki keterkaitan yang kuat dengan tindakan memilih maupun membeli minuman kopi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan, maka penulis dapat diturunkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Atribut manakah yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan membeli kopi di Kafe Kane?
2. Bagaimana preferensi konsumen terhadap atribut minuman kopi di Kafe Kane?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka penulis dapat diturunkan maksud dan tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan membeli minuman kopi di Kafe Kane.
2. Menganalisis preferensi konsumen terhadap kombinasi atribut minuman kopi di Kafe Kane.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Peneliti, sebagai sarana untuk menambah ilmu serta wawasan terkait preferensi konsumen terhadap atribut minuman kopi di Kafe Kane.
2. Pemilik Kafe, sebagai bahan informasi terkait dengan preferensi konsumen terhadap atribut minuman kopi sehingga dapat menawarkan kopi sesuai dengan preferensi tersebut.
3. Akademis, sebagai bahan referensi ketika akan melakukan penelitian terkait preferensi konsumen terhadap atribut minuman kopi di Kafe Kane.