

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi (*Coffea sp.*) merupakan salah satu komoditas perkebunan yang bernilai ekonomi tinggi dan berperan penting menjadi sumber devisa bagi negara. Kopi juga menjadi sumber penghasilan bagi tidak kurang dari satu setengah juta jiwa di Indonesia (Raharjo, 2012). Kopi Indonesia Tahun 2018 menempati posisi ke empat sebagai produsen kopi setelah Brazil, Vietnam, dan Columbia. Dari total produksi 67% kopi di ekspor dan sisa 33% untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Sementara, ekspor Indonesia sebesar 324 juta kilogram dan berada di urutan lima di bawah Brasil, Vietnam, Columbia, dan Honduras (AEIKI, 2018).

Perkebunan kopi merupakan salah satu komoditi unggulan yang memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan. Saat ini perkembangan kopi di Indonesia terjadi peningkatan yang cukup baik. Perkembangan luas areal, produksi, dan produktivitas Indonesia 5 tahun terakhir dapat dilihat Tabel 1.

Tabel 1. Luas Areal, Produksi, dan Produktivitas Kopi di Indonesia Tahun 2016-2021

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

Sumber: Ditjenbun, 2020

Tabel 1 menunjukkan bahwa perkembangan kopi di Indonesia dalam 5 Tahun terakhir berfluktuasi, namun cenderung mengalami peningkatan pada luas areal, produksi, maupun produktivitas. Dalam periode tersebut rata-rata peningkatan luas areal per tahun sebesar 0.72% peningkatan produksi sebesar 14.17%. Hal ini terjadi karena semakin banyaknya permintaan terhadap kopi di dalam negeri maupun di negara lain

Kopi memiliki nilai ekonomis cukup tinggi untuk dimanfaatkan. Banyaknya manfaat kopi akan meningkatkan pendapatan petani dengan adanya kerja sama antara petani dan

konsumen kopi. Kopi di Indonesia sering dimanfaatkan dengan banyak cara minuman, makanan, kosmetik dan sebagainya sehingga dapat dijadikan nilai tambah dari kopi sendiri. Hal ini menyebabkan konsumsi kopi skala Nasional meningkat. Jumlah konsumsi kopi dalam negeri dapat di lihat pada tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Konsumsi Kopi Nasional Tahun 2016-2020

Tahun	Jumlah Konsumsi (Kg)
2016	270,000
2017	276,000
2018	282,000
2019	285,000
2020	310,000

Sumber: International Coffee Organization, 2021

Tabel 2 menunjukkan bahwa konsumsi kopi nasional terjadi peningkatan yang cukup signifikan dari tahun 2016 hingga 2020, yaitu sebesar 12,90%. Peningkatan konsumsi kopi domestik Indonesia, selain didukung dengan pola sosial masyarakat dalam mengonsumsi kopi, juga didukung dengan harga yang ditawarkan, kepraktisan dalam penyajian serta keragaman rasa/cita rasa yang sesuai dengan selera konsumen (Yolanda, 2020).

Provinsi Jambi merupakan salah satu penghasil kopi di Indonesia. Kopi merupakan tanaman yang hampir tumbuh di seluruh wilayah Provinsi Jambi dari Kabupaten Kerinci hingga ke Kabupaten Tanjung Jabung. Ada tiga jenis kopi yang dikembangkan di Provinsi Jambi salah satunya yakni kopi jenis *Arabika*. Kopi Arabika di Provinsi Jambi banyak dikembangkan di daerah dataran tinggi, seperti Kabupaten Kerinci dan Kota Sungai Penuh. Untuk mengetahui Perkembangan luas lahan, produksi, dan produktivitas kopi di provinsi Jambi dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Perkembangan Luas Lahan, Produksi, dan Produktivitas Kopi di Provinsi Jambi Tahun 2020

Kabupaten/kota	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
Kerinci	9.124	4.232	0,46
Merangin	11.520	10.997	0,95
Sarolangun	719	15	0,02
Batanghari	18	13	0,72
Muaro Jambi	94	25	0,27
Tanjung Jabung Barat	3.333	1.237	0,37
Tanjung Jabung Timur	2.726	1.190	0,44
Tebo	283	19	0,07
Bungo	911	776	0,85
Kota Jambi	-	-	-
Kota Sungai Penuh	1.054	186	0,18
Jumlah	29.782	18.690	0,63

Sumber : Dinas Perkebunan Provinsi Jambi Tahun 2021

Kabupaten Merangin dan Kabupaten Kerinci merupakan wilayah yang menghasilkan produksi kopi terbesar di Provinsi Jambi. Berdasarkan data Dinas Perkebunan Provinsi Jambi, pada tahun 2020 perkebunan kopi di Kabupaten Merangin telah memproduksi 10.997 ton kopi dan perkebunan kopi di wilayah Kabupaten Kerinci telah memproduksi 4.232 ton kopi.

Perkembangan kopi arabika di Provinsi Jambi saat ini sedang berada di fase kedewasaan (*maturity*), terlihat dari meningkatnya produksi kopi serta bertumbuhnya *coffee shop* di wilayah perkotaan hingga ke daerah. Dengan banyaknya *Coffee shop* di Kota Jambi membuat permintaan akan kopi semakin meningkat sehingga terjalinnya mitra antara petani dan *coffee shop* untuk membeli secara langsung. Tingginya minat mengonsumsi kopi di Provinsi Jambi ditandai dengan mulai banyak bermunculan *coffee shop*. Hingga saat ini sudah terdapat 125 *coffee shop* di Provinsi Jambi. Untuk melihat sebaran *Coffee Shop* di Provinsi Jambi dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini.

Tabel 4. Daftar sebaran *Coffe Shop* di Provinsi Jambi tahun 2019

Kabupaten/ Kota	<i>Coffee Shop</i>
Kerinci	5
Merangin	4
Sarolangun	1
Batanghari	2
Muaro Jambi	2
Tanjung Jabung Barat	4
Tanjung Jabung Timur	1
Tebo	2
Bungo	7
Kota Jambi	84
Kota Sungai Penuh	13
Jumlah	125

Sumber : Asosiasi Komunitas Kopi Jambi Tahun 2020

Tabel 4 menunjukkan bahwa *coffee shop* ini sudah tersebar di seluruh wilayah di Provinsi Jambi, rata-rata di setiap Kabupaten atau Kota sudah memiliki *coffee shop*. *Coffee shop* terbanyak berada di Kota Jambi yakni sebanyak 84 *coffee shop* (Asosiasi Komunitas Kopi Jambi 0741, 2019). 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 mereka melakukan penyeduhan dari biji kopi yang diolah dan disajikan dengan beberapa perlakuan serta ada beberapa *coffee shop* yang membeli bahan bakunya langsung ke petani kopi arabika, sehingga dapat meningkatkan pendapatan petani dengan terjalinnya mitra dalam penjualan dan pembelian bahan baku kopi arabika. Berdasarkan survei awal, dari 84 *coffee shop* yang ada di Kota Jambi terdapat yang menjual kopi yang berbahan dasar kopi arabika dengan membeli langsung kepada petani yaitu kedai kopi koffee kopi, frostlab, dan gena kopi (AKKJ, 2020).

Kedai kopi koffee kopi, frostlab, dan gena kopi memiliki perbedaan antara *coffee shop* satu sama dengan lainnya dengan menonjolkan keunggulan dan ciri khas *coffee shop* dengan perlakuan dan cita rasa yang disajikan berbeda dalam menyajikan kopi arabika sehingga terjadi

perbedaan permintaan konsumen dalam penyajian kopi arabika yang terdapat dalam menu masing-masing disetiap *coffe shop*. Permintaan terhadap suatu produk olahan kopi arabika dipengaruhi adanya selera konsumen terhadap produk kopi. Setiap *coffe shop* memiliki bahan dan cara yang berbeda yang dijual dipasaran sehingga menyebabkan terjadinya persaingan antar *coffe shop*, sehingga bagi penjual kopi perlu memahami perilaku konsumen untuk kemudian menyusun suatu strategi pemasaran dalam memperebutkan minat beli konsumen. Keadaan menuntut penjual untuk mengetahui yang dibutuhkan konsumen dan meneliti apa yang menyebabkan konsumen memilih dan membeli produk tersebut (Kresna, 2012).

Minat konsumen adalah ketertarikan konsumen terhadap suatu produk, minat konsumen bersifat subjektif karena tergantung pada penilaian terhadap barang tersebut (Kunawangsih, 2006). Minat konsumen menunjukkan adanya kebutuhan psikologis. Preferensi atau kesukaan masyarakat akan kopi arabika di Kota Jambi dapat menjadi dasar untuk pengembangan kopi arabika di kota Jambi melalui proses pengambilan keputusan oleh konsumen dimulai dari mengenali kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi alternatif, keputusan pembelian dan memberi penilaian setelah membeli (Setiadi, 2003). Pembelian ini dilakukan dengan menilai atribut-atribut kopi arabika yaitu cita rasa, aroma, harga, cara penyeduhan, cara penyajian serta penambahan bahan lainnya. Berdasarkan kesukaan konsumen akan kopi arabika sudah diketahui, maka diharapkan dapat melakukan perkembangan kopi arabika di Jambi sehingga semakin pesat dan produksi meningkat. Hal tersebut akan berpengaruh kepada kesejahteraan pelaku usaha diantaranya petani hingga pedagang kopi. Untuk melihat preferensi konsumen diperlukannya atribut-atribut produk kopi arabika. Atribut produk merupakan komunikasi atas manfaat dari hasil pengembangan suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Atribut produk tersebut meliputi mutu ciri dan model produk. (Kotler dan Armstrong, 2008).

Penilaian terhadap produk menggambarkan sikap konsumen terhadap produk tersebut dan sekaligus dapat mencerminkan perilaku konsumen dalam membelanjakan dan mengkonsumsi suatu produk. Konsumen memiliki sikap berbeda-beda dalam menimbang atribut yang dianggap penting. Mereka akan memberikan perhatian terbesar pada atribut yang memberikan manfaat-manfaat yang dicarinya. Pasar sebuah produk sering disegmentasikan berdasarkan atribut yang menonjol dalam kelompok konsumen yang berbeda (Kotler, 2000). Untuk mendapatkan tingkat preferensi dan kepuasan konsumen terhadap kopi arabika Jambi yang diolah menjadi kopi hitam maupun kopi yang di olah menjadi *latte*, kopi susu gula aren maupun lainnya dengan melihat dari atribut kopi yaitu, aroma, cita rasa, harga, cara penyeduhan cara penyajian dan penambahan bahan lainnya dianggap sudah mewakili karakteristik kopi arabika. Dengan perlakuan tersebut akan membentuk kepuasan konsumen dalam membeli kopi arabika di Kota Jambi. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah di ajukan, maka penulis mencoba untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Preferensi dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kopi Arabika di Kota Jambi**”.

1.2 Rumusan Masalah

Kopi arabika merupakan salah satu jenis kopi yang dipasarkan di berbagai *coffe shop* yang ada di Kota Jambi. Selain jenis kopi arabika yang di jual di pasar *coffe shop* di Kota Jambi, ada juga jenis kopi lain yang dibudidayakan di Indonesia seperti kopi gayo Aceh dan lainnya. Dari survei pendahuluan terhadap 3 unit bisnis *coffee shop* yang menjual kopi dengan bahan dasar kopi arabika yang ada di Kota Jambi. Hal ini dapat menyatakan bahwa konsumen memiliki preferensi yang berbeda-beda jika dihubungkan dengan jenis kopi sebagai bahan bakunya. Ada konsumen yang menyukai kopi robusta, ada juga yang lebih menyukai arabika atau liberika. Referensi dalam memilih jenis kopi ini tergambar dari penawaran yang diberikan oleh *coffee shop* dari menu yang telah diberikan kepada konsumen yang ingin menikmati kopi dan pesanan yang dilakukan konsumen yang sudah paham tentang cita rasa kopi. Selain itu

juga, dalam melakukan perlakuan dalam mengolah kopi di setiap *coffe shop* memiliki perbedaan untuk mengikat konsumen untuk memilih kopi yang di pasarkan.

Preferensi masyarakat akan kopi di Kota Jambi masih menjadi pertanyaan khususnya terhadap kopi *Arabika*. Jika preferensinya tinggi atau sangat tinggi maka dapat menjadi dasar untuk pengembangan kopi *Arabika* di Jambi, terutama jika diketahui faktor pengendalinya. Secara umum preferensi konsumen terhadap minuman kopi dipengaruhi oleh atribut jenis kopi, cita rasa, harga, cara penyeduhan dan cara penyajian. Namun demikian terhadap kopi Arabika masih menjadi pertanyaan apakah faktor-faktor tersebut juga mempengaruhi preferensi konsumen.

Konsumen kopi tentunya memiliki kesukaan yang berbeda-beda. Dengan memperhatikan pengembangan tersebut akan berdampak kepada kepuasan konsumen dalam memilih kopi arabika di Kota Jambi yang dilihat dari atribut-atribut kopi arabika. Setelah mengetahui preferensi dan kepuasan ini dikertahui, maka diharapkan dapat melakukan perkembangan kopi arabika di Jambi sehingga semakin pesat dan produksi meningkat Berdasarkan fenomena dan permasalahan tersebut di atas maka didapat beberapa rumusan pertanyaan penelitian, yaitu :

1. Bagaimana gambaran proses keputusan pembelian kopi arabika di Kota Jambi?
2. Bagaimana gambaran preferensi dan kepuasan konsumen terhadap kopi arabika di Kota Jambi?
3. Bagaimana hubungan preferensi dan kepuasan konsumen terhadap kopi arabika di Kota Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menggambarkan proses keputusan pembelian kopi arabika di Kota Jambi.

2. Untuk menggambarkan preferensi dan kepuasan konsumen terhadap kopi arabika di Kota Jambi.
3. Untuk mengetahui hubungan preferensi dan tingkat kepuasan konsumen terhadap kopi arabika di Kota Jambi.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi tingkat sarjana pada Fakultas Pertanian Universitas Jambi
2. Sebagai bahan informasi yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan pelaku bisnis kopi dan pemerintah dalam pengembangan bisnis kopi berdasarkan selera konsumen yang lebih detail.
3. Sebagai bahan informasi atau pengetahuan tentang teori preferensi konsumen dan dapat bermanfaat sebagai bahan perbandingan penelitian selanjutnya.