

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan urutan ketujuh sebagai konsumen kopi terbesar di dunia (Kementerian Perindustrian, 2017). Kopi adalah salah satu minuman yang paling populer dan diminati terutama bagi anak muda dan orang tua, seiring dengan pertumbuhan industri kopi yang semakin pesat. Kopi dinikmati bukan sebagai penghilang rasa kantuk, tetapi mulai menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat di Indonesia. Banyaknya kedai kopi (*coffee shop*) yang bermunculan di seluruh Indonesia menunjukkan bahwa minum kopi sudah mulai menjadi kebutuhan. Hal ini dapat menjadi faktor pemicu meningkatnya pola konsumsi kopi sehingga membuka peluang bagi para pelaku usaha kedai kopi (*coffee shop*) untuk melakukan pengembangan usahanya.

Provinsi Aceh merupakan salah satu penghasil kopi arabika di Indonesia. Kabupaten Aceh Tengah dan Bener Meriah adalah daerah penghasil kopi terbesar yang ada di Aceh. Kopi yang ada di Aceh Tengah dan Bener Meriah memiliki cita rasa yang khas dan dianggap sebagai kopi berkualitas tinggi yang disukai masyarakat dengan cita rasa lebih pahit. Biasanya dapat dinikmati dengan teknik tradisional seperti tubruk atau seduhan tanpa filter.

Kopi arabika yang dihasilkan di wilayah Aceh Tengah dan Bener Meriah sebagian besar diekspor dan sebagian kecil dijual di pasar dalam negeri. Selain Aceh Tengah dan Bener Meriah, kopi arabika juga dikonsumsi di daerah Aceh lainnya. Saat ini permintaan kopi arabika mulai meningkat permintaannya di *coffee shop* seiring pertumbuhan pola konsumsi kopi arabika mulai meningkat.

Pertumbuhan pola konsumsi kopi juga terjadi di daerah Keude Krueng Geukueh, Aceh Utara. Semenjak banyaknya mahasiswa dari luar daerah yang sedang melanjutkan *study* di sekitaran Krueng Geukueh semakin banyak juga pola konsumsi dari kedai kopi (*coffee shop*). Salah satunya adalah Atu Singkih Bergendal Coffee & Roastery merupakan kedai kopi (*coffee shop*) yang terletak di daerah Krueng Geukueh yang menyajikan berbagai produk minuman kopi arabika Gayo dengan kualitas premium.

Atu singkih artinya batu miring, sedangkan bergendal diambil dari nama sebuah desa yang terletak di perkampungan Desa Teritit Kabupaten Bener Meriah. Tahun 2014 Atu Singkih Bergendal Coffee & Roastery didirikan, ASB memiliki berbagai varian kopi dengan cita rasa yang unik serta autentik. Produk minuman kopi yang ada di ASB Coffee diminati dari berbagai golongan konsumen. ASB memiliki hal yang menarik yaitu produk kopi yang cocok di berbagai kalangan anak muda dan orang tua, kopi dengan *topping*, penyajian yang variatif dan varian kopi yang beragam menjadi daya tarik bagi ASB dan umumnya konsumen menyukai hal tersebut.

Konsumen ASB memiliki preferensi kopi yang berbeda-beda. Ada yang menyukai kopi dengan rasa yang pahit dan ada yang menyukai kopi dengan rasa yang manis. ASB menggunakan teknik *brewing* yang berbeda-beda untuk menghasilkan kopi yang sesuai dengan selera konsumen. Penyajian yang variatif untuk jenis produk minuman kopi dingin atau panas juga menjadi faktor penting yang diperhatikan konsumen dalam memilih produk minuman kopi.

Atribut produk merupakan unsur yang menjadi pembeda pada suatu produk, sehingga memberikan nilai tambah, manfaat serta menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian. Atribut ini mempunyai pengaruh besar pada persepsi pembeli terhadap produk. Selain membedakan suatu produk dengan produk lain, atribut produk juga harus mampu menjadi suatu daya tarik bagi konsumen. Hal itu disebabkan karena secara fisik atribut produk membawa berbagai manfaat yang dibutuhkan dan diinginkan pembeli (Armstrong, 2014). Atribut yang digunakan pada ASB yaitu varian, *topping*, rasa dan penyajian.

Pilihan konsumen ketika membeli suatu produk disebut sebagai perilaku konsumen yang sampai batas tertentu membentuk persepsi, sedangkan yang merujuk pada kecenderungan atau keinginan konsumen terhadap produk atau layanan tertentu disebut sebagai preferensi konsumen. Menurut Mandala (2010), preferensi konsumen berkaitan dengan kemampuan menyusun prioritas pilihan agar dapat mengambil keputusan, minimal ada dua sikap yang berkaitan dengan preferensi konsumen yakni lebih suka (*prefer*) dan sama-sama disukai (*indifference*).

Preferensi konsumen didapat dari penilaian konsumen terhadap atribut-but- atribut yang ada pada produk serta penilaian setiap komponen yang terdapat di dalam atribut. Seperti produsen ASB yang perlu memperhatikan bagaimana pola preferensi konsumen terhadap produk di *coffee shop* apalagi saat ini persaingan antar pengusaha *coffee shop* semakin ketat. Sehubungan dengan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti “Preferensi Konsumen Terhadap Produk Minuman Kopi di Atu Singkih Bergendal Coffee & Roastery”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah diuraikan di atas sebelumnya, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah, bagaimana preferensi konsumen terhadap atribut produk minuman kopi di Atu Singkih Bergendal Coffee & Roastery?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut produk minuman kopi di Atu Singkih Bergendal Coffee & Roastery.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, memperoleh hasil dan temuan dari kegiatan penelitian serta menambah wawasan baru mengenai preferensi konsumen terhadap produk minuman kopi.
2. Bagi Atu Singkih Bergendal Coffee & Roastery, memberikan informasi kepada pemilik kopi Atu Singkih Bergendal Coffee & Roastery tentang atribut apa yang menjadi pilihan konsumen dalam membeli produk minuman kopi di Atu Singkih Bergendal Coffee & Roastery.
3. Bagi Konsumen, dapat memberikan masukan kepada produsen agar mengetahui produk minuman kopi apa yang disukai di Atu Singkih Bergendal Coffee & Roastery.
4. Bagi Peneliti selanjutnya, sebagai referensi dan menambah wawasan untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai preferensi konsumen terhadap produk minuman kopi.