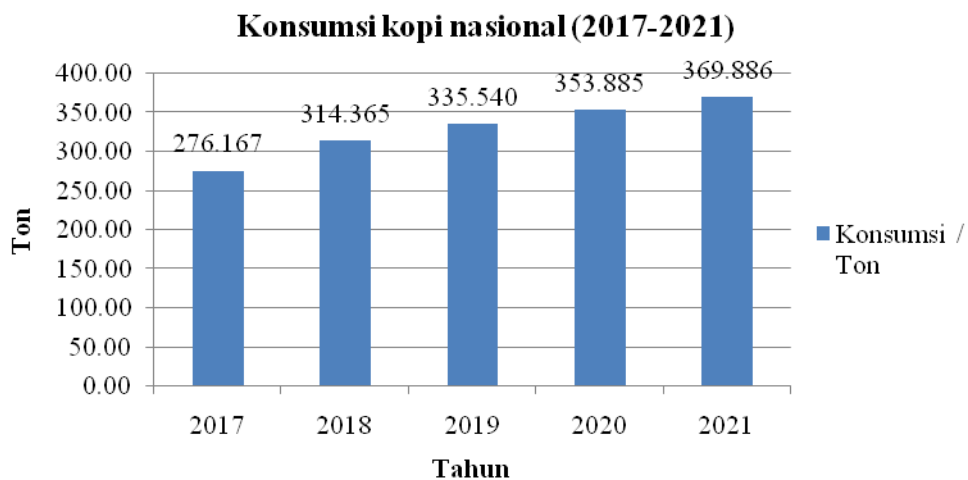


1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu produsen kopi di dunia. *International Coffee Organization* (2021) menunjukkan bahwa di antara negara-negara yang mengekspor kopi di seluruh dunia, Indonesia berada di peringkat keempat. Ada beberapa daerah di Indonesia yang memproduksi kopi, seperti Sumatera Selatan, Lampung, Jawa Timur, Sumatera Utara, Aceh, Sulawesi Selatan, Jawa Barat, dan Sumatera Barat. Menurut Badan Pusat Statistik (2023), produksi kopi Indonesia mencapai 794,8 ribu ton pada 2022, meningkat sekitar 1,1% di banding tahun sebelumnya. Seiring dengan meningkatnya produksi kopi, Indonesia juga mengalami peningkatan konsumsi kopi. Kondisi ini disebabkan oleh tingginya minat masyarakat Indonesia dalam meminum kopi.



Gambar 1

Sumber : Kementerian Pertanian, 2021.

Gambar 1 menunjukkan konsumsi kopi nasional pada 2017 mencapai sekitar 276 ribu ton dan tumbuh 13,83% menjadi 314 ribu ton dari tahun sebelumnya. Rata-rata konsumsi kopi Indonesia sepanjang periode 2017-2021 tumbuh 7,64% per tahun. Adanya peningkatan konsumsi kopi disebabkan oleh perkembangan gaya hidup, budaya minum kopi dan maraknya *coffee shop* di Indonesia.

Seiring dengan perkembangan zaman, kopi tidak hanya dikonsumsi di rumah, namun juga di tempat-tempat umum seperti *coffee shop* atau kedai kopi. *Coffee shop* merupakan tempat yang menyediakan berbagai macam produk minuman kopi dan makanan ringan yang dapat dinikmati oleh para pengunjung. *Coffee shop* juga menjadi tempat yang nyaman untuk bersantai, bekerja, belajar, atau berkumpul dengan teman dan keluarga. Disamping itu aroma khas dari kopi akan membuat orang tenang sehingga banyak pengunjung yang berlama-lama di *coffee shop* untuk sekedar mengobrol santai (Safitri *et al.*, 2019).

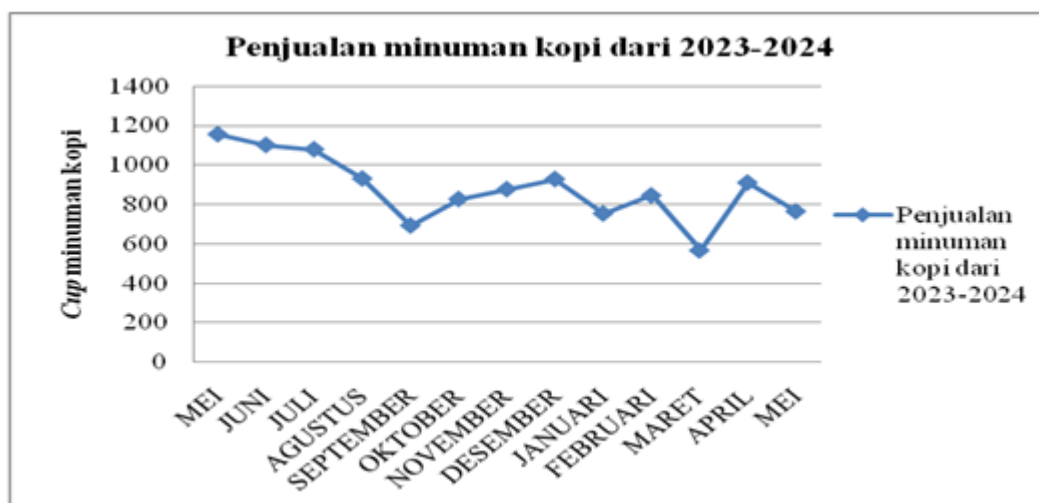
Coffee shop juga menawarkan berbagai keunikan dan keunggulan, seperti desain interior, fasilitas, pelayanan, harga, dan variasi menu. Disisi lain, hal ini juga menimbulkan persaingan yang ketat antara *coffee shop* satu dengan yang lainnya. Kondisi ini menyebabkan *coffee shop* perlu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumen. Banyaknya *coffee shop* terutama di Aceh ditambah lagi permintaan konsumen terhadap kopi di Aceh cukup tinggi, sehingga banyak *coffee shop* yang menawarkan kopi dengan berbagai varian rasa. Salah satu *coffee shop* yang menawarkan minuman kopi dengan berbagai varian rasa di Aceh yaitu Kopidisini yang berlokasi di Jl.Medan-Banda Aceh, Kecamatan Dewantara, Kabupaten Aceh Utara. Berbagai varian menu dan harga produk minuman kopi yang ditawarkan, dapat di lihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Menu produk kopi di Kopidisini

No	Menu Kopi	Harga (Rp)	
		Hot	Ice
1	Espresso	10.000	-
2	Americano	10.000	13.000
3	Sanger Espresso	12.000	15.000
4	Sangklat (Sanger Coklat)	15.000	18.000
5	Avanger (Avocado Sanger)	-	20.000
6	Kopigudang (Signature)	20.000	22.000
7	Kopidisini (Signature)	19.000	22.000
8	Es Kopi Merah	-	22.000
9	Es Kopi Hijau	-	25.000
10	Es Kopi Ungu	-	22.000
11	Kopi Lemon Madu	22.000	25.000
12	Es Kopi Coklat	-	20.000

Sumber: Data Primer (2024)

Kopidisini menawarkan konsep yang sederhana, hangat, dan ramah. Kopidisini menyajikan berbagai varian produk minuman kopi yang berkualitas, dengan harga yang terjangkau dan kemasan yang menarik. Disamping itu, Kopidisini juga menyediakan berbagai fasilitas yang mendukung, seperti wifi, colokan, buku, dan musik. Walaupun Kopidisini memiliki banyak kelebihan, Kopidisini juga menghadapi tantangan dalam penjualan produk minuman kopi. Adapun data penjualan produk minuman Kopidisini selama satu tahun terakhir di tunjukan pada Gambar 2.



Gambar 2

Sumber : Data primer, 2024

Gambar 2 menunjukkan penjualan produk minuman kopi di Kopidisini selama satu tahun terakhir bergerak secara fluktuatif. Kondisi ini menyebabkan Kopidisini perlu mengetahui indikator-indikator yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap produk minuman kopi di Kopidisini, sehingga dapat menyesuaikan strategi pemasaran dan pengembangan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Fadli *et al.*, (2022) mengatakan untuk dapat bertahan dalam persaingan usaha, memerlukan strategi dan perencanaan bisnis yang matang sehingga kedepannya para pelaku usaha sukses dalam menjalankan usahanya.

Preferensi adalah suatu pilihan, kecenderungan, kesukaan, dan hak untuk diutamakan atau didahulukan dari yang lain. Preferensi konsumen mengacu pada pilihan individu mengenai barang mana yang ingin mereka beli. Preferensi konsumen juga merupakan nilai-nilai yang dipertimbangkan konsumen ketika mengambil keputusan (Pangestu, 2017). Tingkat kesukaan akan sesuatu dapat

dilihat dari presentase jumlah responden yang memilih dan menyukai makanan atau minuman tersebut. Menurut Rochaeni dalam Saefudin *et al.*, (2020), menjelaskan bahwa preferensi konsumen adalah pilihan subjektif konsumen (yang biasanya melibatkan pembuatan perbandingan antar objek) guna mengambil keputusan evaluatif. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk, terlebih dahulu mereka memperhatikan dan mempertimbangkan ciri-ciri fisik (atribut) yang melekat pada produk tersebut sesuai dengan kesukaan mereka untuk memperoleh kepuasan. Demikian juga dalam pembelian kopi di *coffee shop* Kopidisini beberapa atribut menjadi pertimbangan konsumen diantaranya adalah varian produk, rasa, suhu, dan pelayanan. Banyaknya varian produk di *coffee shop* Kopidisini tersebut membuat konsumen dapat bebas memilih varian rasa yang diinginkan, sehingga konsumen akan memilih minuman kopi yang ada di *coffee shop* Kopidisini. Berdasarkan dari uraian di atas yang telah di jelaskan penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Preferensi Konsumen terhadap Produk Minuman Kopi di *Coffee shop* Kopidisini”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka dapat di kelompokkan permasalahannya yaitu:

1. Atribut apa saja yang menjadi preferensi konsumen terhadap produk minuman kopi di *coffee shop* Kopidisini?
2. Atribut mana yang paling dipertimbangkan konsumen dalam membeli produk minuman kopi di *coffee shop* Kopidisini?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui atribut apa saja yang menjadi preferensi konsumen terhadap produk minuman kopi di *coffee shop* Kopidisini.
2. Untuk mengetahui atribut mana yang paling dipertimbangkan konsumen dalam membeli produk minuman kopi di *coffee shop* Kopidisini.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini di harapkan dapat membeikan informasi.

1. Bagi pemilik usaha, dapat dijadikan masukan untuk mengetahui keinginan konsumen agar dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumen di *coffee shop* Kopidisini.
2. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumber informasi mengenai preferensi konsumen terhadap produk olahan kopi.