

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Negara Indonesia menjadi salah satu produsen kopi terbesar di dunia setelah Brazil, Vietnam dan Colombia. *United States Departemen of Agriculture (USDA) Foreign Agricultural Service* dalam laporannya “*Production – Coffee. Top Producing Countries*” mencatat produksi kopi Indonesia pada tahun 2024/2025 yaitu sekitar 6% dari total produksi global atau sekitar 10,7 miliar dolar Amerika Serikat (USD) dan menduduki peringkat ke-4 di dunia (USDA, 2024). Tanaman kopi menjadi salah satu komoditas tanaman perkebunan yang memiliki hasil produksi besar di negara Indonesia. Publikasi BPS mencatat bahwa produksi kopi pada tahun 2023 sebanyak 774,94 ribu ton (Badan Pusat Statistik, 2024).

Catatan dalam laporan milik BPS menyatakan bahwa Provinsi Jawa Tengah merupakan wilayah di Pulau Jawa dengan produksi tanaman kopi terbanyak ke-2 setelah provinsi Jawa Timur (Badan Pusat Statistik, 2024). Kabupaten Semarang menjadi salah satu wilayah yang banyak menyumbang produksi kopi yang ada di wilayah provinsi Jawa Tengah. Laporan BPS Jawa Tengah mencatat bahwa produksi Kopi Arabika dan Robusta di wilayah Kabupaten Semarang sebanyak 2.049,72 Ton pada tahun 2024 (BPS Provinsi Jawa Tengah, 2025).

Kabupaten Semarang memiliki potensi yang besar dalam hal produksi tanaman kopi, yang didukung kondisi geografis dan serta iklim yang sangat sesuai untuk melakukan kegiatan budidaya tanaman kopi dengan kualitas yang baik. Kopi

Gunung Kelir merupakan nama kopi yang terkenal di Kabupaten Semarang. Luas areal penanaman Kopi Gunung Kelir mencapai kurang lebih 3.000 hektar dan tersebar di beberapa kecamatan yang ada di Kabupaten Semarang, paling luas berada di Kecamatan Jambu (Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia, 2020). “Gunung Kelir” adalah nama gunung kecil di perbatasan Kecamatan Jambu, kemudian dipakai untuk menyebut kopi yang ditanam di sekitarnya. Kopi dari daerah Jambu tersebut memiliki ciri khas adanya sensasi mocca atau pahit cokelat pada produksi kopinya, menjadikan kopi di wilayah tersebut memiliki perbedaan yang khas dengan produksi kopi di wilayah lain serta para petani di Kecamatan Jambu dalam setahun setidaknya mengumpulkan kurang lebih 850 ton kopi masak dan ditanam oleh petani rakyat (Pemerintah Daerah Kabupaten Semarang, 2019). Potensi tersebut melahirkan berbagai usaha pengolahan kopi lokal, salah satunya PT. Kelir Javanese Coffee, dimana perusahaan ini memiliki peran penting dalam mengolah hasil panen petani menjadi produk kopi bubuk yang memiliki nilai jual yang lebih tinggi serta berupaya meningkatkan daya saing kopi lokal di pasar.

Tren konsumsi kopi yang terus meningkat menjadi salah satu hal yang dapat mempengaruhi dorongan untuk melakukan peningkatan produksi kopi pada setiap tahunnya. CNBC Indonesia menyatakan bahwa pada data *United States Departemen of Agriculture* (USDA) dalam survei snapchart pada September 2023 menyatakan bahwa 79% masyarakat Indonesia mengonsumsi kopi sekali sehari dan mayoritas membeli produk kopi bubuk dalam bentuk kemasan kecil di warung/minimarket (CNBC, 2024). USDA menyatakan dalam datanya bahwa konsumsi kopi di Negara Indonesia mencapai 4,8 juta kantong atau setara dengan

288 ribu ton kopi pada 2024 hingga 2025 (USDA, 2025). Tren konsumsi kopi yang terus meningkat seiring berubahnya gaya hidup masyarakat juga menunjukkan bahwa besar adanya peluang bagi produsen kopi lokal untuk dapat meningkatkan nilai hasil panen kopi yang ada di daerahnya. Tingginya tren konsumsi kopi sedikit berbanding terbalik dengan perkembangan konsumsi kopi lokal, salah satu faktornya yaitu kurangnya tingkat kesadaran dan ketertarikan konsumen akan produk kopi lokal. Kurangnya informasi keunggulan kopi yang menyadarkan konsumen akan produk kopi lokal serta persaingan yang semakin ketat dalam industri kopi dikarenakan impor produk kopi dari negara luar menjadi tantangan yang dihadapi oleh produsen lokal dalam hal permintaan akan produk yang mereka hasilkan (Mustofa, 2020). Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa persoalan utama bukan hanya ada pada aspek produksi dan distribusi, tetapi juga ada pada sejauh mana atribut produk dapat memenuhi kebutuhan, harapan dan preferensi konsumen.

Preferensi, kebutuhan dan juga perilaku konsumen terhadap pembelian produk akan sangat mempengaruhi permintaan produk dipasaran. Preferensi konsumen menjadi kunci perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk kopi guna mempertahankan produknya tetap sukses diindustri kopi yang kompetitif. Faktor pada atribut juga memiliki peran penting dalam terbentuknya preferensi konsumen terhadap produk kopi diantaranya cita rasa, jenis kopi, harga, aroma dan juga kemasan (Enggartyasto *et al.*, 2020). Atribut yang melekat pada produk mencerminkan pandangan konsumen mengenai kualitas dan nilai yang dimiliki produk. Semakin baik atribut yang dimiliki produk dipersepsikan oleh konsumen

maka semakin tinggi pula tingkat preferensi konsumen terhadap produk. Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen tidak hanya ditentukan oleh kebutuhan dasar, tetapi juga oleh persepsi konsumen terhadap keunggulan atribut yang ditawarkan produk (Pebriana *et al.*, 2024). Memahami atribut mana yang dianggap penting oleh konsumen akan membantu perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk, mengembangkan inovasi, dan merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Mengetahui karakteristik konsumen tidak kalah pentingnya dalam upaya memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Ketidaksesuaian antara karakteristik konsumen yang menjadi target perusahaan dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan akan menyebabkan kurangnya minat dan kesadaran konsumen untuk membeli produk (Safrida *et al.*, 2020).

Cita rasa dari produk kopi yang dihasilkan di setiap daerah akan berbeda-beda, bahkan setiap produsen kopi pada cita rasa produk kopinya biasanya memiliki keunikannya masing-masing. Seperti halnya PT. Kelir Javanese Coffee juga memiliki keunikan pada produknya yaitu adanya cita rasa unik seperti pahit coklat serta rasa sedikit manis karamel dari aren pada produknya. PT. Kelir Javanese Coffee merupakan salah satu produsen kopi yang berlokasi di Desa Bedono, Kecamatan Jambu, Kabupaten Semarang. Produk kopi yang diproduksi oleh PT. Kelir Javanese Coffee telah menunjukkan daya saing yang cukup baik, ditunjukkan bahwa produk kopi bubuk sudah mengantongi izin Pangan Industri Rumah Tangga yang dapat dilihat pada Lampiran 2. yang didapatkan sejak tahun 2021, izin tersebut menunjukkan bahwa produk telah memenuhi standar kelayakan pangan dan legalitas edar serta keterlibatan perusahaan dalam berbagai kemitraan.

Pemilik perusahaan masih mengeluhkan adanya permasalahan pada rendahnya ketertarikan konsumen terhadap produk kopi bubuk yang telah diproduksi PT. Kelir Javanese Coffee. Berdasarkan hasil wawancara, pemilik perusahaan menyatakan bahwa pada setiap kali proses produksi dilakukan, selalu terdapat sisa produk kopi bubuk yang tidak terjual dari periode produksi tersebut. Kondisi ini menyebabkan terjadinya penumpukan stok secara berkala, sehingga pemilik perusahaan merasa harus memperluas jangkauan pemasaran dan merancang strategi pemasaran yang lebih efisien. Fokus pada kualitas dan strategi pemasaran yang sesuai dengan preferensi konsumen dapat meningkatkan permintaan dan mengurangi risiko produk tidak terjual (Fathira *et al.*, 2025). Oleh karena itu, sesuai dengan yang telah penulis jabarkan penelitian ini dapat membantu PT. Kelir Javanese Coffee dalam mengetahui bagaimana karakteristik konsumen, preferensi konsumen terhadap atribut produk kopi bubuknya serta atribut apa yang paling mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengonsumsi produk kopi bubuk PT. Kelir Javanese Coffee. Penulis berharap dengan adanya penelitian ini mampu membantu perusahaan untuk bertahan dalam persaingan industri kopi yang semakin ketat.

1.2. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi karakteristik konsumen produk kopi bubuk PT. Kelir Javanese Coffee.

2. Menganalisis preferensi konsumen terhadap masing-masing atribut produk kopi bubuk PT. Kelir Javanese Coffee
 3. Menganalisis atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusannya untuk membeli produk kopi bubuk PT. Kelir Javanese Coffee
- Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi dalam mengembangkan perusahaan Kelir Javanese Coffee.
2. Bagi konsumen, penelitian ini dapat membantu konsumen dalam membuat pertimbangan pembelian produk kopi bubuk PT. Kelir Javanese Coffee.
3. Bagi penulis, penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan mengenai preferensi konsumen dalam membeli produk kopi.