

PERILAKU KONSUMSI KOPI DI KOTA TAMIANG LAYANG, KABUPATEN BARITO TIMUR, KALIMANTAN TENGAH

Irvan Rianto¹, Arum Ambarsari², Siwi Istiana Dinarti³
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, INSTIPER Yogyakarta
Email Korespondensi: irvanriantobibli110@gmail.com

ABSTRAK

Salah satu tren di bidang bisnis kopi yang sedang berkembang di Kota Tamiang Layang adalah menjamurnya *coffee shop*. Masyarakat Kota Tamiang Layang telah memiliki kebiasaan dan gaya hidup untuk menghabiskan uang dan waktu luang mereka dengan membeli kopi di kedai kopi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumsi kopi di Kota Tamiang Layang, Kabupaten Barito Timur, Kalimantan Tengah. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumsi kopi meliputi konsumen menyukai kopi > 3 tahun (63%), sering mengonsumsi kopi di kedai kopi (37%), memesan 1 gelas/hari di kedai (77%), minum kopi pada malam hari (53%), menyukai sajian kopi jenis kopi susu (33%), menikmati kopi pada kondisi dingin (50%), sering mengunjungi Café Janji Jiwa (37%), memilih kedai kopi di Kota Tamiang Layang dengan alasan tempat yang nyaman (30%), jenis varian olahan kopi yang paling sering dipesan adalah Cappuccino (27%), dan alasan konsumen memilih jenis varian olahan kopi karena rasa yang kuat dan khas (63%).

Kata kunci: Perilaku, Konsumsi, Kopi

PENDAHULUAN

Salah satu produk pertanian di subsektor perkebunan yang memiliki potensi pengembangan yang cukup signifikan adalah kopi. Hampir setiap negara di dunia, termasuk Indonesia, masyarakat menikmati minum kopi. Karena munculnya kebiasaan baru, tren minum kopi berkembang cukup pesat di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Saat ini konsumsi kopi di Indonesia meningkat hingga 7,7% dalam setahun, lebih besar dari rata-rata global sebesar 2,5% dalam setahun. Kopi merupakan komoditas utama di Indonesia dan membantu meningkatkan perekonomian negara. Petani dan UMKM menyumbang 92% dari hasil kopi negara (Rahmah et al, 2018).

Pengolahan biji kopi bertujuan untuk menghasilkan biji kopi kering, bebas kulit buah, bebas kerut dan pecah, berwarna hijau kebiruan (kopi tanpa kulit) yang memenuhi spesifikasi perdagangan. Pengolahan basah dan pengolahan kering merupakan dua metode utama yang digunakan untuk mengubah biji kopi menjadi biji

kopi (Kunarto, 2008). Kotler dan Keller (2016) dalam Nugraha (2021) menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan konsumsi itu terdiri dari budaya, sosial, pribadi, dan psikologi (Wahyudi, Ambarsari, Ismiasih, 2018).

Indonesia saat ini melihat munculnya berbagai kedai kopi, dari yang menjual merek terkenal hingga yang menjual kopi dari gerobak. Kalangan muda semakin memilih untuk bersantai dan nongkrong di kedai kopi, menjadikannya sebagai bagian dari gaya hidup dan cara untuk mengekspresikan keberadaan mereka. Selain itu, sejumlah kedai kopi yang menawarkan layanan wifi mendorong siswa yang memiliki pekerjaan rumah untuk berkolaborasi dengan teman sebayanya di sana. Menurut statistik dari Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Badan Pusat Statistik tahun 2018, 63,82 juta orang dalam kelompok usia ini (antara 20 dan 35) adalah peminum kopi. Mengingat banyaknya calon pelanggan, tren konsumsi anak muda saat ini, dan kebiasaan minum kopi anak muda yang berlebihan.

Dalam masyarakat saat ini, sudah menjadi norma untuk terlibat dalam konsumsi yang mencolok. Konsumsi, dalam definisi yang paling luas, mengacu pada pemenuhan kebutuhan (Firat, 2013). Menurut Don Slater dalam Damsar (2009), konsumsi adalah cara orang yang berkebutuhan berhubungan dengan apa pun (dalam hal ini, materi, simbol, layanan, atau pengalaman) yang dapat memuaskan mereka. Orang dapat menemukan kepuasan dalam berbagai cara, termasuk melalui menikmati, memperhatikan, menonton, melihat, menghabiskan, mendengar, dan aktivitas lainnya. Dengan demikian, penjelasan Slater tentang konsumsi konsisten dengan kutipan Featherstone (2001) dari Raymon Williams sebagai sumber istilah konsumsi, yang didefinisikan sebagai “menghancurkan, menggunakan, menghambur-hamburkan, dan membelanjakan” (Damsar, 2009).

Kebiasaan konsumsi yang dibahas di sini adalah kebiasaan para peminum kopi yang berkaitan dengan budaya masyarakat pengkonsumsinya. Di kafe kopi, orang biasanya mempraktekkan budaya minum kopi. Minum kopi tidak hanya diperlukan untuk rasa, tetapi bagi sebagian penduduk kota, itu juga telah berkembang menjadi gaya hidup. Ada kedai kopi populer baru yang dibuka di mana-mana. Bagi mereka yang tinggal di kota besar, terdapat kedai kopi, kafe, dan fasilitas lainnya di mal dan tempat perbelanjaan lainnya (Adiwinata, Sumarwan, Simanjuntak, 2021).

Menurut Schiffman dan Kanuk (1994), studi perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana seseorang memilih untuk mengalokasikan sumber daya (waktu, uang, usaha, dan energi) yang dapat diakses oleh mereka (Sumarwan, 2003). Perilaku konsumen dihasilkan dari ketegangan antara memiliki jumlah uang yang terbatas dan keinginan untuk mengkonsumsi sebanyak mungkin barang dan jasa agar merasa benar-benar puas (Joerson, 2012). Menurut Nugraha (2022), perilaku konsumen sangat signifikan bagi mereka yang ingin mempengaruhi atau mengubahnya karena berbagai alasan, termasuk mereka yang fokus utamanya adalah pemasaran. Tidaklah mengherankan jika sektor ekonomi, khususnya pemasaran, menjadi tempat kajian perilaku konsumen memiliki landasan fundamentalnya.

Menurut Lamb, Hair, dan McDaniel (dalam Firmansyah, 2020), perilaku konsumen adalah proses seorang pelanggan memutuskan apakah akan membeli sesuatu, menggunakan dan mengkonsumsi barang dan jasa yang diperolehnya, serta faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan tersebut. . menegaskan itu juga. Perilaku konsumen mencakup proses pengambilan keputusan dan tindakan fisik yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh barang dan jasa untuk dikonsumsi atau digunakan. Selain itu, Iswansyah (2021) menggarisbawahi bahwa perilaku konsumen adalah tindakan memilih satu barang dari berbagai jenis untuk dibeli dan disimpan.

Perilaku mengkonsumsi kopi juga terjadi di Kota Tamiang Layang di Barito Timur, Kalimantan Tengah. Jenis kopi yang banyak diproduksi di Barito Timur, Kalimantan Tengah adalah kopi robusta. Berikut dijelaskan luas (Ha) dan produksi (Ton) kopi robusta di Barito Timur dari tahun 2016 sampai dengan 2018.

Tabel 1. Luas Areal dan Produksi Kopi Robusta

Kabupaten/Kota/ Provinsi	Kopi Luas i(Ha)			Produksi i(Ton)		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Barito Selatan	76.50	76.50	66.50	7.80	3.50	0.20
Barito Utara	7.50	7.50	18.75	2.91	4.40	5.81
Barito Timur	31.42	30.72	33.22	10.63	10.33	10.33

Sumber: Dinas Perkebunan Provinsi Kalimantan Tengah, 2023

Berdasarkan Tabel 1 produksi kopi robusta pada tahun 2016 adalah 10,63 ton, tahun 2017 adalah 10,33 ton, dan tahun 2018 adalah 10,33 ton. Kopi robusta didistribusikan untuk mencukupi kebutuhan kopi masyarakat dan pada Coffees Shop alias kedai kopi di wilayah Tamiang Layang di Barito Timur, Kalimantan Tengah. Kopi robusta merupakan minuman klasik yang cenderung lebih keras karena dibuat hanya dengan ampas kopi murni dan air mendidih. Ia juga memiliki tekstur yang lebih kasar, lebih banyak pulp, aroma kopi yang lebih kuat, lebih banyak efek samping, dan dapat diubah kekentalannya agar sesuai dengan selera penonton.

Salah satu tren di bidang bisnis kopi yang sedang berkembang di Kota Tamiang Layang di Barito Timur, Kalimantan Tengah adalah menjamurnya coffee shop. Coffees Shop alias kedai kopi yang sekarang bisa didirikan dengan biaya relatif bersahabat (tentu dengan mengedepankan konsep minimalis di berbagai aspek), juga sudah mulai bertebaran di Kota Tamiang Layang di Barito Timur, Kalimantan Tengah. Hal ini didasari dengan berkembangnya pendapatan kopi di Barito Timur. Hasil kopi di Barito Timur pada tahun 2016 sebanyak 10,63 ton, tahun 2017 dan 2018 masing-masing sebanyak 10,33 ton (BPS Kalimantan Tengah, 2022). Coffees Shop alias kedai kopi dapat memanfaatkan kopi yang dihasilkan tersebut untuk mengembangkan bisnis kopi di berbagai kedai kopi.

Masyarakat Kota Tamiang Layang di Barito Timur, Kalimantan Tengah telah memiliki kebiasaan dan gaya hidup untuk menghabiskan uang dan waktu luang mereka dengan membeli kopi di kedai kopi. Hal ini terlihat dari perilaku masyarakat yang sering mengunjungi kedai kopi dengan frekuensi lebih dari tiga kali dalam

seminggu baik sendiri maupun bersama dengan teman-temannya dan ada juga mengkonsumsi kopi setiap hari. Faktor yang paling menentukan adalah faktor tempat atau *kedai* yang nyaman untuk berkumpul bersama teman-teman. Selain itu, kedai kopi tersebut memiliki lahan yang cukup luas, fasilitas internet yang cukup, dan diperkuat dengan desain kedai yang kekinian sehingga mengundang banyak konsumen untuk datang. Masyarakat menghabiskan waktu luang mereka bersama teman-teman untuk mengkonsumsi kopi di kedai kopi dengan alasan lebih ramai, dapat berdiskusi lebih lama, dan bahkan bersenda gurau bersama teman-teman. Hal ini sesuai dengan pernyataan Fauzi et al. (2017) bahwa kebutuhan untuk bersosialisasi dan aktualisasi diri tentang gaya hidup banyak dilakukan di coffee shop. Menurut Kurniawan & Ridlo (2017), kopi mempunyai kenikmatan tersendiri di hati masyarakat dan sudah menjadi bagian dari gaya hidup sekaligus penghubung dalam berkomunikasi.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: bagaimana perilaku konsumsi kopi di Kota Tamiang Layang, Kabupaten Barito Timur, Kalimantan Tengah?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumsi kopi di Kota Tamiang Layang, Kabupaten Barito Timur, Kalimantan Tengah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2018), metode penelitian kualitatif adalah metodologi yang dibangun di atas filosofi yang diterapkan untuk mempelajari kondisi ilmiah (eksperimen), dimana peneliti berperan sebagai instrumen, strategi pengumpulan data menekankan makna, dan analisis kualitatif digunakan untuk membuat inferensi. Sampel penelitian ini adalah 30 konsumen kopi yang mengkonsumsi kopi di Kota Tamiang Layang, 10 konsumen di kedai kopi Warunk Coffee, 10 konsumen di kedai kopi Kedai Hangout, dan 10 konsumen di Cafe Janji Jiwa. Data primer adalah hasil wawancara dengan responden, sedangkan data sekunder berupa jurnal dan buku. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model analisis deskriptif dengan mencari persentase pada setiap aspek dengan menggunakan rumus:

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P : ANgka persentase

f : Jumlah frekuensi dari setia[jawaban yang telah menjadi pilihan responden

N : jumlah frekuensi atau banyak individu

(Sudijono, 2018)

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Perilaku Konsumsi Kopi

Perilaku mengonsumsi kopi yang dilakukan peminum kopi sekarang ini adalah suatu tindakan membeli barang yang kurang diperlukan sehingga bersifat berlebihan. Dalam artian individu akan lebih mementingkan faktor keinginan (*want*) daripada kebutuhan (*need*) dan individu cenderung dikuasai oleh hasrat kesenangan material semata. Dalam penelitian ini masyarakat tidak lagi mengenali kebutuhan pokok, namun justru tergoda untuk memuaskan keinginan yang semu supaya disebut orang modern. Hal yang menyebabkan peminum kopi berperilaku konsumtif adalah dengan membeli suatu komoditi dapat menjaga penampilan diri dan gengsi.

Perilaku mengonsumsi kopi merupakan salah satu aktivitas yang dilakukan untuk mengisi waktu senggang. Perilaku mengonsumsi kopi yang dilakukan para peminum kopi merupakan bagian dari gaya hidup sebagian masyarakat. Hal ini tidak terlepas dari maraknya media sosial seperti iklan, internet, dan lain sebagainya. Sementara itu selain media sosial dan teman atau rekan kerja, lingkungan keluarga juga akan mempengaruhi perilaku mengonsumsi kopi. Perilaku mengonsumsi kopi yang biasanya dilakukan oleh orang tua telah diturunkan pada seorang anak. Perilaku mengonsumsi kopi sekarang ini dilakukan oleh semua kalangan, mulai dari kalangan menengah ke bawah sampai kalangan menengah ke atas. Kopi dikonsumsi mulai dari anak-anak sampai orang dewasa, namun khususnya kaum mudalah yang banyak mengonsumsi kopi. Kopi sekarang ini bukan sekedar minuman orang tua. Menikmati secangkir kopi sudah menjadi kebiasaan sebagian masyarakat Kota Tamiang. Minum kopi yang dilakukan pada pagi hari dapat memberikan semangat untuk mengawali rutinitas sehari-hari. Penjelasan perilaku konsumsi kopi konsumen kopi di Kota Tamiang sebagai berikut.

1. Lama menyukai minum kopi di kedai kopi

Konsumen kopi di Kota Tamiang sudah memiliki beberapa alasan mengonsumsi kopi di kedai kopi, sehingga ketika akan minum kopi maka banyak konsumen yang langsung mengunjungi kedai kopi. Konsumen ada yang lama dan ada yang hanya jika punya waktu untuk minum kopi di kedai kopi. Penjelasan lama waktu konsumen kopi di Kota Tamiang Layang menyukai minum kopi di kedai kopi dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Lama menyukai minum kopi di kedai kopi bagi konsumen kopi di Kota Tamiang Layang

No	Lama menyukai minum kopi di kedai kopi (Tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	< 1	3	10
2	1 - 3	8	27
3	> 3	19	63
	Jumlah	30	100

Sumber : Data primer, 2023.

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa lama menyukai minum kopi di kedai kopi menurut konsumen kopi di Kota Tamiang Layang adalah didominasi >3 tahun sebanyak 19 responden dengan persentase 63%, lalu 1-3 tahun sebanyak 8 responden dengan persentase 27%, dan < 1 tahun sebanyak 3 responden dengan persentase 10%. Berdasarkan data tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa lama menyukai minuman kopi di kota Tamiang Layang menurut sebagian besar konsumen adalah > 3 tahun dengan alasan kopi memiliki cita rasa yang khas dan dapat meningkatkan semangat dalam beraktivitas sehari-hari. Responden memiliki kebiasaan mengkonsumsi kopi di rumah dan di kedai kopi secara inten dalam kurun waktu lebih dari 3 tahun. Hal ini sudah menjadi kebiasaan untuk mengkonsumsi kopi di kedai kopi.

2. Frekuensi mengkonsumsi kopi di kedai kopi

Konsumen menunjukkan frekuensinya dalam mengunjungi kopi ketika akan mengkonsumsi kopi di kedai. Penjelasan frekuensi mengkonsumsi kopi di kedai kopi bagi konsumen kopi di Kota Tamiang Layang menyukai minum kopi di kedai kopi dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Frekuensi mengkonsumsi kopi di kedai kopi bagi konsumen kopi di Kota Tamiang Layang

No	Frekuensi mengkonsumsi kopi di kedai kopi (per minggu)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Sangat sering (> 3)	8	27
2	Sering (2-3)	11	37
3	Kadang-kadang (1)	11	37
	Jumlah	30	100

Sumber : Data primer, 2023.

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa frekuensi mengkonsumsi kopi di kedai kopi bagi konsumen kopi di Kota Tamiang Layang adalah sering dan kadang-kadang sebanyak 11 responden dengan persentase 37%, sangat sering tahun sebanyak 8 responden dengan persentase 27%. Berdasarkan data tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa konsumen sering mengkonsumsi kopi di kedai kopi di Kota Tamiang Layang yaitu sama. Artinya, responden sering mengunjungi kedai kopi dalam berbagai kesempatan dengan frekuensi 2 sampai 3 kali seminggu.

Responden selalu memanfaatkan waktu luang untuk mengunjungi kedai kopi untuk mengkonsumsi kopi setiap minggu dengan frekuensi 3> kali dalam seminggu untuk sering dan 1 sampai 2 kali dalam seminggu untuk yang kadang-kadang baik sendiri maupun bersama dengan teman-temannya. Responden suka berkumpul dengan teman-teman atau menghabiskan waktu luang dengan secangkir kopi di kedai kopi selama akhir pekan. Ada juga orang minum kopi setiap hari sebagai sarapan mereka. Hal ini dikarenakan kopi mampu menjaga kesegaran dan energi sepanjang hari.

3. Jumlah kopi yang dipesan di kedai kopi

Mengkonsumsi kopi dapat meningkatkan energi dan suasana hati mencari lebih senang. Tekadang ada masyarakat yang berlebihan dalam mengkonsumsi kopi. Penjelasan jumlah kopi yang dipesan di kedai kopi bagi konsumen kopi di Kota Tamiang menyukai minum kopi di kedai kopi dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah kopi yang dipesan di kedai kopi bagi konsumen kopi di Kota Tamiang Layang

No	Jumlah kopi yang dipesan di kedai kopi (cangkir/gelas)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	1	23	77
2	2	7	23
	Jumlah	30	100

Sumber : Data primer, 2023.

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa jumlah kopi yang dipesan di kedai kopi bagi konsumen kopi di Kota Tamiang Layang adalah 1 gelas/hari sebanyak 23 responden dengan persentase 77% dan 2 gelas/hari sebanyak 7 responden dengan persentase 23%. Berdasarkan data tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa jumlah kopi yang dipesan di kedai sebagian besar konsumen kopi di Kota Tamiang Layang adalah 1 gelas/hari. Artinya, setiap responden mengunjungi kedai kopi mereka memesan kopi 1 gelas/hari dan dianggap cukup untuk membangkitkan stamina kembali agar semangat menjalankan rutinitas harian.

Dapat dipertegas bahwa jumlah kopi yang dipesan di kedai sebagian besar konsumen kopi di Kota Tamiang Layang adalah 1 gelas/hari. Hal ini menunjukkan bahwa peminat kopi juga memperhatikan kesehatan dengan mengatur jumlah konsumsi. Menurut Budianto et al. (2017), sebagian besar peminat kopi mengetahui bahwa kopi mengandung kafein. Kopi yang mengandung kafein akan meningkatkan debar jantung dan naiknya tekanan darah. Kopi yang dikonsumsi menyebabkan maka warna gigi berubah, bau mulut, serangan jantung, kemandulan pada pria, gangguan pencernaan, kecanduan dan bahkan penuaan dini.

4. Waktu terbaik saat menikmati kopi di kedai kopi

Konsumen memanfaatkan waktu luang untuk minum kopi. Waktu minum kopi biasanya disesuaikan dengan suasana hati. Penjelasan jumlah kopi yang dipesan di kedai kopi bagi konsumen kopi di Kota Tamiang Layang menyukai minum kopi di kedai kopi dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Jumlah kopi yang dipesan di kedai kopi bagi konsumen kopi di Kota Tamiang Layang

No	Jumlah kopi yang dipesan di kedai kopi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Pagi	2	7
2	Siang	2	7
3	Sore	10	33
4	Malam	16	53
	Jumlah	30	100

Sumber : Data primer, 2023.

Berdasarkan tabel 5.15 dapat dilihat bahwa waktu luang untuk minum kopi bagi konsumen kopi di Kota Tamiang adalah malam hari sebanyak 16 responden dengan persentase 53%, sore hari sebanyak 10 responden dengan persentase 33%, pagi dan siang hari sebanyak 2 responden dengan persentase 7%. Berdasarkan data tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa waktu luang untuk minum kopi sebagian besar konsumen kopi di Kota Tamiang Layang adalah malam hari. Alasannya adalah malam hari memiliki waktu yang lebih panjang karena tidak ada lagi aktivitas harian yang dilakukan, sehingga malam hari menjadi kesempatan bagi responden untuk mengkonsumsi kopi di kedai kopi. Minum kopi malan hari tidak dianjurkan karena kafein bisa menstimulasi sistem saraf pusat agar tetap terjaga , mengonsumsinya dekat waktu tidur bisa mengganggu total waktu tidur dalam yang kita butuhkan agar bisa merasa segar.

5. Jenis sajian kopi yang paling disuka di kedai kopi

Kedai kopi menyajikan banyak jenis sajian kopi sesuai dengan kebutuhan konsumen. Penjelasan jenis sajian kopi yang paling disukai bagi konsumen kopi di Kota Tamiang menyukai minum kopi di kedai kopi dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Jenis sajian kopi yang paling disuka di kedai kopi

No	Jenis sajian kopi yang paling disuka di kedai kopi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Espresso	2	7
2	Latte	2	7
3	Cappucino	4	13
4	Kopi susu	10	33
5	Kopi rasa buah	2	7
6	Americano	3	10
7	Kopi instant murni	1	3
8	Kopi hitam	6	20
	Jumlah	30	100

Sumber : Data primer, 2023.

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa jenis sajian kopi yang paling disukai di kedai kopi bagi konsumen kopi di Kota Tamiang Layang didominasi

oleh kopi susu sebanyak 10 responden dengan persentase 33%, kopi hitam sebanyak 6 responden dengan persentase 20%, cappucino sebanyak 4 responden dengan persentase 13%, americano sebanyak 3 dengan persentase 10%, espresso, latte, dan kopi rasa buah sebanyak 2 responden dengan persentase 7%, dan kopi instant murni sebanyak 1 responden dengan persentase 3%. Berdasarkan data tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa jenis sajian kopi yang paling disukai di kedai kopi menurut sebagian besar konsumen kopi di Kota Tamiang Layang adalah sajian kopi jenis kopi susu. Jenis ini memberikan rasa kombinasi antara kopi dan susu, sehingga terasa nikmat ketika dikonsumsi.

Kopi merupakan minuman yang sangat rendah kalori namun bisa dijadikan minuman sumber energi karena kandungan kafein dalam kopi. Sedangkan untuk sebagian orang yang tidak terlalu menyukai rasa pahit dari kopi hitam, biasanya akan menambahkan creamer atau susu dalam kopi untuk mengurangi rasa pahit sekaligus menambah citarasa dari kopi tersebut. Susu juga menjadi tambahan kopi paling populer yang sudah digunakan dalam berbagai resep kopi di seluruh dunia yang tidak hanya sekedar untuk menambahkan rasa namun juga banyak manfaat kopi susu lain yang bisa didapatkan seperti ulasan dari kami berikut ini.

6. Kondisi menikmati kopi

Kondisi konsumen sangat menentukan ketika akan mengkonsumsi kopi di kedai kopi. Penjelasan kondisi menikmati kopi di kedai kopi bagi konsumen kopi di Kota Tamiang Layang menyukai minum kopi di kedai kopi dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Kondisi menikmati kopi bagi konsumen kopi di Kota Tamiang

No	Kondisi menikmati kopi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Dingin	15	50
2	Hangat	4	13
3	Panas	11	37
	Jumlah	30	100

Sumber : Data primer, 2023.

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa kondisi menikmati kopi bagi konsumen kopi di Kota Tamiang paling banyak adalah dingin sebanyak 15 responden dengan persentase 50%, panas sebanyak 11 responden dengan persentase 37%, dan hangat sebanyak 4 responden dengan persentase 13%. Berdasarkan data tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa kondisi menikmati kopi menurut sebagian besar konsumen kopi di Kota Tamiang adalah dingin. Responden yang sebagian besar remaja lebih menyukai kopi yang disajikan dalam kondisi dingin dan dianggap dapat menghilangkan rasa dahaga dengan kondisi cuaca yang panas. Kopi dingin sekilas memang terlihat sama saja. Minuman dingin ini menjadi pelepas dahaga yang nikmat diminum saat haus melanda. Ternyata terdapat beberapa perbedaan antara es kopi dan

kopi dingin. Tentunya hal tersebut akan berpengaruh pada rasa minuman yang akan kamu nikmati ini.

7. Satu macam *coffee shop* yang paling sering dikunjungi di Tamiang Layang
 Konsumen kopi memiliki kedai kopi pilihan yang dianggap sesuai dengan karakteristiknya. Penjelasan satu macam *coffee shop* yang paling sering dikunjungi di di kedai kopi bagi konsumen kopi di Kota Tamiang Layang menyukai minum kopi di kedai kopi dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Satu macam *coffee shop* yang paling sering dikunjungi konsumen di kedai kopi di Kota Tamiang Layang

No	Satu macam <i>coffee shop</i> yang paling sering dikunjungi di Tamiang Layang	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Kedai kopi Warunk Coffee	9	30
2	Kedai Hangout	10	33
3	Cafe Janji Jiwa	11	37
	Jumlah	30	100

Sumber : Data primer, 2023.

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat bahwa satu macam *coffee shop* yang paling sering dikunjungi konsumen di kedai kopi di Kota Tamiang Layang adalah café janji jiwa sebanyak 11 responden dengan persentase 37%, Kedai kopi Kedai Hangout sebanyak 10 responden dengan persentase 33%, dan kedai kopi warunk coffee sebanyak 9 responden dengan persentase 30%. Berdasarkan data tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa satu macam *coffee shop* yang paling sering dikunjungi konsumen di kedai kopi di Kota Tamiang Layang adalah café janji jiwa, namun ketiga lokasi tersebut banyak dikunjungi oleh konsumen. Kedai kopi tersebut memiliki lahan yang lebih luas dan memiliki pelayanan fasilitas yang dianggap memadai oleh responden dan cukup lengkap. Faktor yang menjadi tertarik untuk *minum kopi* kekinian disebutkan *karena* faktor tempat atau *kedai* yang nyaman untuk berkumpul bersama teman-teman.

8. Alasan memilih kedai kopi
 Konsumen kopi memilih kedai kopi pilihan untuk mengkonsumsi kopi karena berbagai alasan. Alasan memilih di kedai kopi di kedai kopi di Kota Tamiang dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Alasan memilih di kedai kopi di kedai kopi di Kota Tamiang Layang

No	Alasan memilih kedai kopi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Tempatnya nyaman	9	30
2	Memiliki WiFi	1	3
3	Menu variatif	4	13
4	Relatif murah	6	20
5	Dekat rumah	5	17
6	Kualitas kopi bagus	2	7
7	Rasanya enak	3	10
	Jumlah	30	100

Sumber : Data primer, 2023.

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat bahwa alasan memilih di kedai kopi di kedai kopi di Kota Tamiang Layang adalah tempat nyaman sebanyak 9 responden dengan persentase 30%, relatif murah sebanyak 6 responden dengan persentase 20%, dekat rumah sebanyak 5 responden dengan persentase 17%, menu variatif sebanyak 4 responden dengan persentase 13%, rasanya enak sebanyak 3 responden dengan persentase 10% kualitas kopi bagus sebanyak 2 dengan persentase 7%, dan memiliki wifi sebanyak 1 dengan persentase 3%. Berdasarkan data tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa alasan memilih kedai kopi di Kota Tamiang Layang adalah tempat yang nyaman. Kedai kopi tersebut memiliki lahan yang cukup luas, fasilitas yang cukup, dan diperkuat dengan desain kedai yang kekinian sehingga mengundang banyak konsumen untuk datang.

9. Jenis varian olahan kopi yang paling sering dipesan di kedai kopi yang dikunjungi

Konsumen kopi yang mengkonsumsi kopi di Kota Tamiang Layang menyukai beberapa jenis olahan kopi. Jenis olahan kopi yang diminati oleh konsumen kopi yang mengkonsumsi kopi di Kota Tamiang Layang selengkapnya dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Jenis olahan kopi yang diminati oleh konsumen kopi yang mengkonsumsi kopi di Kota Tamiang Layang

No	Jenis olahan kopi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Roti bakar dengan selai kopi	1	3
2	Kue rasa kopi	2	7
3	Kopi robusta	2	7
4	Cappucino	7	23
5	Kopi susu	5	17
6	Kopi hitam	4	13
7	Moca	2	7
8	Kopi rasa buah	1	3
9	latte	2	7
10	Espresso	4	13
	Jumlah	30	100

Sumber : Data primer, 2023

Berdasarkan tabel 9 dapat dilihat bahwa jenis varian olahan kopi yang paling sering dipesan di kedai kopi yang dikunjungi didominasi oleh cappucino sebanyak 7 responden dengan persentase 23%, kopi susu sebanyak 5 responden dengan persentase 17%, kopi hitam dan espresso sebanyak 4 responden dengan persentase 13%, kue rasa kopi, kopi robusta, moca, dan latte sebanyak 2 responden dengan persentase 7%, dan kue bakar dengan selai rasa kopi dan kopi rasa buah sebanyak 1 responden dengan persentase 3%.

Berdasarkan data tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa jenis varian olahan kopi yang paling sering dipesan di kedai kopi yang dikunjungi adalah Cappucino. Alasannya adalah Cappucino memiliki aroma yang khas dan rasa yang khas juga. Cappuccino merupakan kopi yang populer dari Italia karena lebih sering dan lebih banyak dikonsumsi. Rasanya yang tidak terlalu pahit seperti espresso, membuat cappuccino lebih mudah diterima oleh lidah semua orang khususnya kalangan muda. Komposisinya terdiri atas espresso dan tambahan susu cair serta busa di atasnya. Ada juga beberapa orang suka mengganti susu dengan bubuk coklat atau bubuk kayu manis.

10. Alasan memilih jenis varian olahan kopi

Konsumen kopi yang mengkonsumsi kopi di Kota Tamiang Layang memiliki alasan memilih jenis varian olahan kopi. Alasan memilih jenis varian olahan kopi di kedai kopi di Kota Tamiang Layang selengkapnya dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Alasan memilih jenis varian olahan kopi oleh konsumen kopi yang mengkonsumsi kopi di Kota Tamiang Layang

No	Alasan memilih jenis varian olahan kopi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Rasa yang kuat dan khas	19	63
2	Aroma yang kuat	11	37
	Jumlah	30	100

Sumber : Data primer, 2023

Berdasarkan tabel 10 dapat dilihat bahwa alasan memilih jenis varian olahan kopi adalah rasanya yang kuat dan khas sebanyak 19 responden dengan persentase 62%, dan aroma yang kuat sebanyak 11 responden dengan persentase 37%. Berdasarkan data tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa alasan memilih jenis varian olahan kopi adalah rasa yang kuat dan khas. Artinya, kopi yang dikonsumsi memiliki rasa yang kuat sesuai dengan jenis kopinya dan khas dari mana asal kopi tersebut.

B. Perilaku Sosial Konsumsi Kopi

1. Bersama siapa menikmati kopi di kedai kopi

Konsumen kopi yang mengkonsumsi kopi di Kota Tamiang Layang biasanya sendiri dan bahkan bersama teman-teman untuk sekedar berkumpul. Konsumen dengan siapa menikmati kopi di kedai kopi di kedai kopi di Kota Tamiang Layang selengkapnya dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 11. Konsumen kopi dengan siapa mengkonsumsi kopi di Kota Tamiang Layang

No	Dengan siapa mengkonsumsi kopi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Sendiri	3	10
2	Teman-teman	18	60
3	Teman dekat (pacar)	3	10
4	Keluarga	6	20
	Jumlah	30	100

Sumber : Data primer, 2023

Berdasarkan tabel 11 dapat dilihat bahwa responden mengkonsumsi kopi di kedai kopi Kota Tamiang Layang bersama teman-teman sebanyak 18 responden dengan persentase 60%, keluarga sebanyak 6 responden dengan persentase 20%, teman dekat (pacar) dan sendiri sebanyak 3 responden dengan persentase 10%. Berdasarkan data tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa responden mengkonsumsi kopi di kedai kopi di Kota Tamiang Layang bersama teman-teman. Responden menghabiskan waktu luang mereka bersama teman-teman untuk mengkonsumsi kopi di kedai kopi dengan alasan lebih ramai, dapat berdiskusi lebih lama, dan bahkan bersenda gurau bersama teman-teman. Hal ini sesuai dengan pernyataan Fauzi et al. (2017) bahwa kebutuhan untuk bersosialisasi dan aktualisasi diri tentang gaya hidup

banyak dilakukan di coffee shop. Menurut Kurniawan & Ridlo (2017), kopi mempunyai kenikmatan tersendiri di hati masyarakat dan sudah menjadi bagian dari gaya hidup sekaligus penghubung dalam berkomunikasi.

2. Tujuan mengkonsumsi kopi di kedai kopi yang dikunjungi

Konsumen kopi yang mengkonsumsi kopi di Kota Tamiang Layang memiliki tujuan. Tujuan mengkonsumsi kopi di kedai kopi yang dikunjungi di kedai kopi di Kota Tamiang selengkapnya dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel 12. Tujuan mengkonsumsi kopi di kedai kopi yang dikunjungi di Kota Tamiang Layang

No	Tujuan mengkonsumsi kopi di kedai kopi yang dikunjungi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Menghilangkan stress	3	10
2	Diskusi dengan Teman-teman	10	33
3	Kumpul dengan keluarga	1	3
4	Menikmati kopi dan menu yang lain	1	3
5	Menghabiskan waktu luang	6	20
6	Bersantai	5	17
7	Lokasi strategis dan tempat nyaman	4	13
Jumlah		30	100

Sumber : Data primer, 2023

Berdasarkan tabel 12 dapat dilihat bahwa responden tujuan mengkonsumsi kopi di kedai kopi yang dikunjungi di Kota Tamiang Layang adalah diskusi dengan teman-teman sebanyak 10 responden dengan persentase 33%, menghabiskan waktu luang sebanyak 6 responden dengan persentase 20%, bersantai sebanyak 5 responden dengan persentase 17%, lokasi strategis dan tempat nyaman sebanyak 4 responden dengan persentase 13%, menghilangkan stress sebanyak 3 responden dengan persentase 10%, dan kumpul dengan keluarga dan menikmati kopi dan menu yang lain sebanyak 1 responden dengan persentase 3%.

Berdasarkan data tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa tujuan mengkonsumsi kopi di kedai kopi yang dikunjungi di Kota Tamiang Layang adalah diskusi dengan teman-teman. Responden menghabiskan waktu yang panjang di kedai kopi untuk berdiskusi menyelesaikan tugas belajar atau tugas yang lain bersama teman-temannya. Minum kopi di rumah, di tempat kerja dan bahkan di kedai kopi titik fokusnya adalah untuk menghibur sambil mempertahankan energi sepanjang hari.

3. Harapan dari kedai kopi saat ini

Konsumen kopi yang mengkonsumsi kopi di Kota Tamiang Layang memiliki harapan. Berdasarkan hasil analisis dapat dilihat bahwa responden harapan dari kedai kopi saat ini di Kota Tamiang Layang adalah selalu menjaga kualitas rasa (23%), semakin moderen dengan dekorasi kedai yang

semakin menarik dan jaringan internet dan wifi dipercepat (17%), perbanyak cabang dan suasana dan lokasi yang nyaman (14%), perbanyak varian menu dan harga yang lebih bersahabat (7%), dan lebih meningkatkan pelayanan terhadap konsumen (3%).

Berdasarkan data tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa harapan dari kedai kopi saat ini di Kota Tamiang Layang adalah selalu menjaga kualitas rasa. Hal ini dikarenakan dengan rasa yang semakin kuat dan khas, maka konsumen akan mengunjungi kembali kedai tersebut dan bahkan mempengaruhi orang lain untuk mengunjungi kedai tersebut dan bahkan mempengaruhi orang lain untuk mengunjungi kedai tersebut. *Kedai kopi* tak melulu menyajikan olahan menu seputar kopi, tetapi bisa memilih menu non-kopi, seperti green tea atau jus dengan cita rasa yang enak.

4. Penghasilan Perbulan

Konsumen kopi yang mengkonsumsi kopi di Kota Tamiang Layang memiliki penghasilan yang berbeda-beda. Penghasilan perbulan konsumen yang mengkonsumsi kopi di kedai kopi di Kota Tamiang Layang selengkapnya dapat dilihat pada tabel 13.

Tabel 13. Penghasilan perbulan konsumen kopi yang mengkonsumsi kopi di Kota Tamiang Layang

No	Penghasilan perbulan (Rp/bulan)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	< 1.000.000	8	27
2	1.000.000 – 3.000.000	8	27
3	3.000.000 – 5.000.000	10	33
4	> 5.000.000	4	13
Jumlah		30	100

Sumber : Data primer, 2023

Berdasarkan tabel 13 dapat dilihat bahwa penghasilan perbulan konsumen kopi yang mengkonsumsi kopi di Kota Tamiang Layang adalah Rp 3.000.000 – 5.000.000 juta per bulan sebanyak 10 responden dengan persentase 33%, < Rp 1.000.000 dan Rp 1.000.000 – 3.000.000 juta per bulan sebanyak 8 responden dengan persentase 27%, dan < Rp 5.000.000 juta per bulan sebanyak 4 responden dengan persentase 13%. Berdasarkan data tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa penghasilan perbulan konsumen kopi yang mengkonsumsi kopi di Kota Tamiang Layang adalah Rp 3.000.000 – 5.000.000 juta per bulan. Alasannya adalah responden memiliki pendapatan dari usaha sendiri atau sebagai karyawan dengan gaji UMR.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang perilaku konsumsi kopi di Kota Tamiang Layang, maka dapat disimpulkan Bahwa perilaku konsumsi kopi meliputi konsumen menyukai kopi > 3 tahun (63%), sering mengkonsumsi kopi di kedai kopi (37%),

memesan 1 cangkir/gelas di kedai (77%), minum kopi pada malam hari (53%), menyukai sajian kopi jenis kopi susu (33%), menikmati kopi pada kondisi dingin (50%), sering mengunjungi Café Janji Jiwa (37%), memilih kedai kopi di Kota Tamiang Layang dengan alasan tempat yang nyaman (30%), jenis varian olahan kopi yang paling sering dipesan adalah Cappucino (27%), dan alasan konsumen memilih jenis varian olahan kopi karena rasa yang kuat dan khas (63%).

DAFTAR PUSTAKA

- Anang Firmansyah. (2020). Komunikasi Pemasaran. Pasuruan; CV. Penerbit Qiara Media.
- Anas Sudijono. (2015). Pengantar Statistik Pendidikan. Jakarta : PT. Raja. Grafindo Persada
- Ari Wahyudi, Arum Ambarsari, Ismiasih. (2018). Perilaku Konsumsi Kopi di Kecamatan Pangkalan Banteng Kabupaten Kotawaringin Barat Provinsi Kalimantan Tengah. *Jurnal Masepi*, Vol.3, No.2, Oktober 2018.
- Budianto et al. (2017). Karakteristik Fisik Kualitas Biji Kopi Dan Kualitas Kopi Bubuk Sintaro 2 Dan Sintaro 3 Dengan Berbagai Tingkat Sangrai. *Jurnal Agroindustri* Vol. 11 No. 1, Mei 2021: 54-71.
- Damsar. (2009). Pengantar Sosiologi Ekonomi. Jakarta: Kencana.
- Fauzi, M. Choiron, M, & Astutik, Y. D. P. (2017). Karakteristik Kimia Kopi Robusta Artifisial Terfermentasi oleh Ragi Luwak dan A-Amilase. *Jurnal Penelitian Pascapanen Pertanian*. 14 (3) : 144-153.
- Firat, A. (2013). Consumption, Consumer Culture and Consumer Society. *Journal of Community Positive Practixe*.
- Jefri Putri Nugraha. (2022). Teori Perilaku Konsumen. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Joerson, T. S. (2012). Teori Ekonomi Mikro. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kunarto, Bambang. (2008). Kopi; Teknologi Pengolahan dan Dekafeinasi. Semarang. USM Press.
- Kurniawan A, Ridlo MR. (2017). Perilaku Konsumtif Remaja Penikmat Warung Kopi. *J. Sociol. DILEMA*. 2010;32(1):9-21.
- Novie Nostalgia Adiwinata, Ujang Sumarwan, Megawati Simanjuntak. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumsi Kopi Di Era Pandemi Covid-19. *Jur. Ilm. Kel. & Kons.*, Mei 2021, p : 189-202 Vol. 14, No.2.
- Rahmah Yulia, dkk. (2018). "Analisis Kadar Kofein Kopi Luak dengan Varietas Jenis Kopi, Spesies Luwak dan Cara Pengolahan Dengan Metoda TLC Scanner", *Jurnal Sains Farmasi dan Klinis*, Vol.2, No.1.
- Rudy Iswansyah. (2021). Perilaku Konsumen. Bandung: CV Widina Media Utama.

- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta,.
- Ujang Sumarwan. (2003). Perilaku Konsumen; Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Yugantara, Susilo, dan Sulismadi. (2021). Gaya Hidup Ngopi Sebagai Perilaku Konsumsi. Al-Mada: Jurnal Agama Sosiasl dan Budaya Vol. 4 No 1 2021. Hal. 126-137.