

**PERILAKU KONSUMEN  
TERHADAP KOPI TUBRUK DAN KOPI INSTAN  
DI KECAMATAN PEJAGOAN  
KABUPATEN KEBUMEN**

**Laila Yuni Rukhbaniyah, Dyah Panuntun Utami dan Istiko Agus Wicaksono**  
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian  
Universitas Muhammadiyah Purworejo

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) gambaran tentang konsumsi kopi tubruk dan kopi instan di Kecamatan Pejagoan Kabupaten Kebumen, 2) sikap dan keputusan konsumen dalam mengkonsumsi kopi tubruk dan kopi instan berdasarkan atribut (aroma, rasa, harga, kemasan, warna dan merek), dan 3) adanya hubungan karakteristik konsumen (umur, tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, pekerjaan dan tempat tinggal) dengan konsumsi kopi tubruk dan kopi instan. Jumlah sampel dalam penelitian adalah 30 responden. Penelitian menggunakan metode analisis deskriptif dan analisis *fishbein*. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* dan pengambilan sampel secara *judgement sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik umum konsumen kopi tubruk dan kopi instan di Kecamatan Pejagoan digambarkan melalui beberapa sebaran. Menurut sebaran umur, sebagian besar responden berada pada rentang umur 24 – 40 tahun. Menurut tingkat pendapatan perbulan antara Rp 260.000 – 2.500.000. Menurut sebaran tingkat pendidikan, 56,67 persen merupakan lulusan SMP. Menurut sebaran pekerjaan, sebanyak 53,33 persen bekerja sebagai buruh. Menurut sebaran tempat tinggal, 50 persen tinggal di desa dan 50 persen tinggal di perkotaan.

Responden dalam melakukan keputusan pembelian melalui beberapa tahap keputusan pembelian, yaitu pengenalan kebutuhan, proses pembelian dan pasca pembelian. Hasil analisis sikap konsumen (*Ao*) terhadap kopi tubruk dan kopi instan dapat diketahui bahwa atribut yang sangat penting adalah rasa, aroma, warna, dan kemasan. Hasil analisis sikap (*Ao*) yang diperoleh kopi tubruk Kapal Api lebih tinggi dibanding Djempol yaitu 19,12. Hal ini berarti kopi tubruk Kapal Api sangat positif disukai responden sedangkan kopi tubruk Djempol disukai responden dengan positif. Hasil analisis sikap (*Ao*) kopi instan ABC Mocca lebih tinggi dibanding Kapal Api Mocha yaitu 23,24. Hal ini menunjukkan kopi instan ABC mocca sangat positif disukai responden sedangkan Kapal Api mocha disukai responden dengan positif.

**Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Sikap, Kopi Tubruk dan Kopi Instan**

## PENDAHULUAN

Kopi merupakan minuman kegemaran di hampir setiap negara di dunia termasuk Indonesia. Seiring dengan majunya zaman, kehidupan manusia ikut berubah segala sesuatunya menginginkan serba cepat atau instan. Termasuk dengan minuman kopi yang sudah mulai serba instan. Hal ini disebabkan karena semakin kompleksnya aktivitas manusia yang cenderung menuntut kepraktisan menyebabkan adanya perubahan perilaku konsumen yang dulunya mengkonsumsi kopi tubruk, sekarang beralih mengkonsumsi kopi instan. Perubahan perilaku konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa bukan hanya disebabkan oleh aktivitas manusia yang semakin kompleks, tetapi dipengaruhi juga oleh budaya, sosial, kepribadian dan kejiwaan (Kotler, 1997).

Masyarakat Kabupaten Kebumen bukan hanya penikmat kopi tubruk tetapi juga kopi instan. Selain aroma kopi yang selalu menggoda siapa saja, minum kopi juga sangat nikmat sehingga disukai oleh banyak kalangan baik dari segi umur, strata sosial, karena mengikuti perubahan bahkan sudah menjadi gaya hidup. Kedua kopi tersebut mempunyai cita rasa yang berbeda serta mempunyai keunggulan yang berbeda pula. Kopi tubruk merupakan kopi tradisional yang umumnya lebih keras karena bubuk kopi murni yang langsung diseduh dengan air mendidih, teksturnya lebih kasar, lebih banyak mengandung ampas, aroma kopi yang lebih menyengat, mempunyai efek samping yang lebih tinggi serta tingkat kekentalan yang bisa disesuaikan dengan lidah penikmatnya. Sedangkan kopi instan merupakan kopi yang sudah siap saji serta sudah mengandung takaran tertentu. Kopi instan mempunyai aroma yang harum, tidak banyak mengandung ampas serta memiliki berbagai varian rasa (Dewi, 2012).

Kecamatan Pejagoan adalah kecamatan yang budaya masyarakatnya cenderung sudah mengalami pergeseran dari budaya pedesaan ke arah budaya perkotaan. Masyarakat kota cenderung menginginkan produk cepat saji dan instan. Kopi tubruk adalah minuman kopi yang dinilai kurang praktis terutama dari cara penyajian karena harus menambahkan gula jika akan menyeduh. Kopi

tubruk menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah minuman kopi yang dibuat dengan cara memasukkan kopi dan gula ke dalam gelas lalu dituang air panas.

Kopi instan yang akan diteliti adalah Kapal Api Mocha dan ABC Mocca yaitu kopi dengan campuran gula, susu dan coklat dimana varian tersebut merupakan varian rasa baru yang berbeda dengan kopi instan yang lain. Sedangkan kopi tubruk yang akan diteliti adalah kopi tubruk Kapal Api dan kopi tubruk merek Djempol. Kopi Djempol merupakan kopi yang diproduksi di Kabupaten Kebumen yaitu di Kecamatan Kebumen dan sudah lama dikenal oleh masyarakat Kebumen. Konsumen kopi tubruk yang mulai berkurang serta banyaknya konsumen yang memilih kopi instan mendorong peneliti untuk mengetahui perilaku konsumen kopi di Kecamatan Pejagoan.

## METODE PENELITIAN

### A. Metode Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk meneliti masalah yang terjadi pada masa sekarang dan aktual, maka dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis. Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan dan kemudian dianalisis (Surachmad, 1990).

### B. Metode Analisis

#### 1. *Fiesbein's Attitude Model* atau Analisis Indek Sikap

Merupakan model analisis yang digunakan untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap kopi tubruk dan kopi instan.

Model ini digambarkan sebagai berikut (Sumarwan, 2004):

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i e_i$$

Keterangan :

$A_o$  = Keseluruhan sikap terhadap suatu objek.

$b_i$  = Kepercayaan seseorang terhadap atribut (i) yang ada pada suatu objek.

$e_i$  = Penilaian (evaluasi) seseorang terhadap atribut (i) yang ada pada suatu obyek.

$n$  = Jumlah atribut yang dimiliki objek

Data tentang kepercayaan dan keyakinan diukur dengan skala likert yaitu +3, +2, +1, 0, -1, -2, -3.

Kopi tubruk yang diteliti adalah kopi Kapal Api dan Kopi Djempol.

Kopi instan yang diteliti adalah Kapal Api Mocha dan ABC Mocca.

## 2. Chi Square Test

Metode ini digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara sikap konsumen dengan karakteristiknya.

Rumus yang dipakai (Samsubar, 1986) :

$$X^2 = \sum \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

Keterangan :

$X^2$  = Nilai Chi Square

$o_{ij}$  = Frekuensi hasil observasi pada baris ke  $i$  dan kolom ke  $j$ .

$e_{ij}$  = Nilai harapan eksperimen yang dilakukan pada baris ke  $i$  dan kolom ke  $j$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Sikap dan Keputusan Konsumen dalam Mengonsumsi Kopi Tubruk dan Kopi Instan

#### 1. Analisis *Multitribut Fishbein*

Analisis Sikap Konsumen kopi tubruk dan kopi instan menggunakan model *Multitribut Fishbein* ( $A_o$ ).

Tabel 1  
Skor Sikap ( $A_o$ ) Terhadap Kopi Tubruk ( $n=30$ )

No	Atribut	Skor Evaluasi Kepentingan ( $e_i$ )	Skor Kepercayaan ( $b_i$ )			
			Kopi Tubruk			
			Kapal Api		Djempol	
			$b_i$	$b_i.e_i$	$b_i$	$b_i.e_i$
1	Aroma	2,10	2,03	4,26	0,37	0,78
2	Rasa	2,70	1,57	4,24	0,06	0,16
3	Harga	1,23	1,53	1,88	0,87	1,07
4	Kemasan	1,90	1,70	3,23	1,00	1,90
5	Warna	1,76	1,90	3,34	1,03	1,81
6	Merek	1,33	1,63	2,17	0,93	1,24
Total ( $e_i.b_i$ )				19,12		6,96

Sumber: Analisis Data Primer (2012)

Perhitungan skor sikap terhadap kopi tubruk pada Tabel 1 menunjukkan bahwa kopi tubruk Kapal Api memiliki skor sikap lebih tinggi dibandingkan kopi tubruk Djempol yaitu sebesar 19,12. Hal ini berarti secara keseluruhan kopi tubruk Kapal Api lebih disukai oleh responden di Kecamatan Pejagoan. Dilihat dari enam atribut yang memiliki skor kepercayaan tertinggi, maka kopi tubruk Kapal Api memiliki keunggulan pada atribut aroma, rasa dan warna sedangkan pada kopi tubruk Djempol memiliki keunggulan pada atribut kemasan, warna dan merek.

Tabel 2.  
Skor Sikap ( $A_o$ ) Terhadap Kopi Instan ( $n=30$ )

No	Atribut	Skor Evaluasi Kepentingan ( $e_i$ )	Skor Kepercayaan ( $b_i$ )			
			Kopi Instan			
			K.A Mocha		ABC Mocca	
			$b_i$	$b_i.e_i$	$b_i$	$b_i.e_i$
1	Aroma	2,20	1,67	3,67	2,83	6,23
2	Rasa	2,67	1,63	4,35	3,10	8,28
3	Harga	1,53	1,27	1,94	1,27	1,94
4	Kemasan	2,00	1,43	2,86	1,43	2,86
5	Warna	1,57	1,23	1,93	1,33	2,09
6	Merek	1,80	1,27	2,28	1,30	2,34
Total ( $e_i.b_i$ )			17,03		23,74	

Sumber: Analisis Data Primer (2012)

Hasil perhitungan skor sikap pada Tabel 2 menunjukkan bahwa responden di Kecamatan Pejagoan lebih menyukai kopi instan ABC Mocca dengan skor 23,74 dibanding Kapal Api Mocha dengan skor 16,37. Dilihat dari enam atribut, maka kopi instan ABC Mocca memiliki keunggulan pada rasa, aroma dan kemasan sedangkan kopi instan Kapal Api Mocha memiliki keunggulan pada atribut rasa, aroma dan kemasan.

**B. Hubungan Karakteristik Responden dengan Konsumsi Kopi tubruk dan Kopi Instan**

Tabel 3.  
Hubungan Karakteristik Responden dengan Konsumsi Kopi Tubruk dan Kopi Instan

No	Karakteristik Responden	Koefisien Korelasi Chi Square ( $X^2$ ) Konsumsi Kopi Tubruk dan Kopi Instan		
		$X^2$	df	Signifikan
1	Umur	2,143	1	0,143
2	Tingkat Pendapatan	0,144	1	0,705
3	Tingkat Pendidikan	0,136	1	0,713
4	Pekerjaan	0,136	1	0,713
5	Tempat Tinggal	6,533	1	0,011*

Sumber : Analisis Data Primer (2012)

Keterangan :  $X^2$  tabel = 3,841  
 $\alpha = 0,05$

1. Umur

Hasil analisis Chi square pada Tabel 3 menunjukkan nilai  $X^2 = 2,143$  dan lebih kecil dari 3,841 ( $X^2$  hitung <  $X^2$  tabel), maka hipotesis yang menyatakan ada hubungan antara umur dengan konsumsi kopi tubruk dan kopi instan ditolak yang berarti  $H_0$  diterima. Umur responden di Kecamatan Pejagoan tidak mempunyai hubungan dengan konsumsi kopi tubruk dan kopi instan dikarenakan responden yang mengkonsumsi kopi tubruk dan kopi instan di Kecamatan Pejagoan berasal dari berbagai umur baik yang muda ataupun tua.

2. Tingkat Pendapatan

Hasil analisis pada Tabel 3, nilai  $X^2 = 0,144$  dan lebih kecil dari 3,841 ( $X^2$  hitung <  $X^2$  tabel), maka hipotesis yang menyatakan ada hubungan antara tingkat pendapatan dengan konsumsi kopi tubruk dan kopi instan ditolak yang berarti  $H_0$  diterima. Hal ini dikarenakan responden yang mengkonsumsi kopi baik tubruk maupun instan di Kecamatan Pejagoan tidak hanya yang berpendapatan tinggi ataupun

rendah dan harga kopi juga sangat terjangkau sehingga semua responden mampu membeli walaupun harganya naik.

### 3. Tingkat Pendidikan

Hasil analisis pada Tabel 3, nilai  $X^2 = 0,136$  dan lebih kecil dari 3,841 ( $X^2$  hitung  $<$   $X^2$  tabel), maka hipotesis yang menyatakan ada hubungan antara tingkat pendidikan dengan konsumsi kopi tubruk dan kopi instan ditolak yang berarti  $H_0$  diterima. Responden kopi di Kecamatan Pejagoan berasal dari berbagai tingkat, baik umur, pendapatan, pekerjaan ataupun tingkat pendidikan. Responden yang mengkonsumsi kopi di Kecamatan Pejagoan terdiri dari tingkat SMP dan SMA, hal itu menunjukkan bahwa konsumsi kopi tidak terikat pada pendidikan tertentu karena kopi bisa dinikmati oleh semua kalangan baik pendidikan rendah maupun tinggi.

### 4. Pekerjaan

Hasil analisis pada Tabel 3, nilai  $X^2 = 0,136$  dan lebih kecil dari 3,841 ( $X^2 < X^2$  tabel), maka hipotesis yang menyatakan ada hubungan antara pekerjaan dengan konsumsi kopi tubruk dan kopi instan ditolak yang berarti  $H_0$  diterima. Hal ini dikarenakan responden yang mengkonsumsi kopi di Kecamatan Pejagoan memiliki pekerjaan yang berbeda-beda baik wiraswasta ataupun yang hanya bekerja sebagai buruh.

### 5. Tempat Tinggal

Hasil analisis pada Tabel 3, nilai  $X^2 = 6,533$  dan lebih besar dari 3,841 ( $X^2$  hitung  $>$   $X^2$  tabel), maka hipotesis yang menyatakan ada hubungan antara tempat tinggal dengan konsumsi kopi tubruk dan kopi instan diterima yang berarti  $H_0$  ditolak. Perbedaan tempat tinggal di Kecamatan Pejagoan menyebabkan perbedaan pola pikir yaitu antara responden yang tinggal di kota ataupun yang tinggal di desa. Responden yang tinggal di kota tidak mudah terpengaruh oleh masukan-masukan dari luar karena penduduk kota memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi, lebih berpikir kritis sehingga mereka akan berpikir terlebih dahulu

mengenai dampak positif ataupun negatif jika ada masukan-masukan dari luar.

## PENUTUP

### A. Simpulan

1. Karakteristik umum responden kopi tubruk dan kopi instan di Kecamatan Pejagoan digambarkan melalui beberapa sebaran. Menurut sebaran umur, sebagian besar responden kopi tubruk dan kopi instan berumur 24 – 55 tahun. Menurut sebaran jenis kelamin 100% responden berjenis kelamin laki-laki. Menurut sebaran tingkat pendapatan, pendapatan responden antara Rp 260.000 – Rp 2.500.000 dengan tingkat pendidikan SMP sebesar 56,67% dan SMA sebesar 43,33% yang bekerja sebagai buruh dan wiraswasta.
2. Pembelian kopi tubruk dan kopi instan oleh responden dilakukan terlebih dahulu melalui tahap-tahap dalam proses keputusan pembelian, yaitu pengenalan kebutuhan, proses pembelian dan pasca pembelian. Tahap pengenalan kebutuhan sebanyak 30,12% responden termotivasi oleh kebiasaan. Sebanyak 25,30% karena jaminan kepuasan dan sebanyak 13,25% karena harga terjangkau. Sebagian besar responden mengkonsumsi kopi  $\geq$  5 tahun yaitu sebanyak 60%. Tahap proses pembelian, sebanyak 86,67% responden melakukan pembelian kopi di warung-warung yang mudah dijumpai dan faktor yang mempengaruhi responden mengkonsumsi kopi sebagian besar adalah diri sendiri yaitu sebanyak 90%. Sedangkan proses keputusan konsumsi kopi oleh responden yaitu tergantung kebutuhan sebanyak 83,33%. Tahap pasca pembelian, sebanyak 30% responden merasa puas setelah mengkonsumsi kopi yang telah dibeli, sebanyak 96,67% tetap melakukan pembelian meskipun harga kopi mengalami kenaikan dan sebanyak 96,67% responden menganggap bahwa harga kopi tidak mahal.
3. Hasil analisis sikap konsumen terhadap kopi tubruk dan kopi instan menunjukkan bahwa atribut yang sangat penting adalah rasa, aroma, warna dan kemasan. Atribut yang kurang penting adalah harga dan



merek. Nilai sikap ( $A_o$ ) yang diperoleh kopi tubruk Kapal Api lebih tinggi dibanding kopi tubruk Djempol yaitu 19,12. Hal ini berarti kopi tubruk Kapal Api lebih disukai oleh responden secara positif. Nilai sikap ( $A_o$ ) kopi instan ABC Mocca lebih tinggi dibanding kopi instan Kapal Api Mocha yaitu 23,74. Ini berarti kopi instan ABC Mocca lebih disukai responden secara positif.

4. Hasil uji Chi Square ( $X^2$ ) menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara umur, tingkat pendapatan, tingkat pendidikan dan pekerjaan dengan konsumsi kopi tubruk dan kopi instan. Tempat tinggal mempunyai hubungan dengan konsumsi kopi tubruk dan kopi instan karena perbedaan pola pikir antara responden yang tinggal di kota dengan di desa serta perbedaan selera dalam mengkonsumsi kopi.

### SARAN

1. Produsen kopi tubruk maupun instan sebaiknya memperhatikan dan meningkatkan kualitas rasa karena menurut konsumen, atribut rasa merupakan atribut yang paling penting.
2. Produsen kopi tubruk maupun instan sebaiknya menjaga kualitas produk agar responden tidak beralih pada merek lain.
3. Produsen kopi perlu melakukan riset pasar yang menyeluruh untuk mengetahui pangsa pasar baik kopi tubruk maupun kopi instan.
4. Produsen kopi tubruk Djempol sebaiknya lebih memperhatikan dan meningkatkan kualitas yaitu dari segi rasa dan aroma.

### DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2008. *Teknologi Budidaya Kopi Poliklonal*. Jakarta: Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Budiyuwono, Nugroho. *Pengantar Statistik Ekonomi dan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.

Dewi, Desintya. 2012. *Sehat Dengan Secangkir Kopi*. Surabaya: Stomata

<http://www.kapalapi.co.id>. diakses tanggal 28 Juli 2012.

Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Indeks.

Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia

Surachmad. 1990. *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar*. Bandung: Transito