PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK KOPI ROBUSTA LOKAL (Studi Kasus pada Kedai Tjiamiskoffie di Desa Panjalu Kecamatan Panjalu Kabupaten Ciamis)

Consumer Preferences for Local Robusta Coffee Products (Case Study at the Tjiamiskoffie Coffee Shop in Panjalu Village, Panjalu District, Ciamis Regency)

Irham Hasan Fajri[1]*, Trisna Insan Noor[2], M. Nurdin Yusuf[3]
[13]Fakultas Pertanian Universitas Galuh, [2]Fakultas Pertanian Universitas Pajajaran
*E-mail : irham_hasan@studentirham_hasan@student.unigal.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh belum banyaknya peneliti yang secara khusus mengkaji preferensi konsumen terhadap kopi robusta lokal di wilayah pedesaan, khususnya di Kabupaten Ciamis. meskipun penelitian tentang preferensi kopi secara umum telah banyak dilakukan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen Kedai Tjiamiskoffie, menganalisis preferensi terhadap atribut kopi robusta lokal, serta menentukan urutan atribut kopi robusta local yang paling memengaruhi preferensi konsumen dalam keputusan pembelian. Metode yang digunakan berupa analisis deskriptif kuantitatif dengan pendekatan Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI) berdasarkan data primer dan sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen didominasi oleh usia produktif, telah bekerja, sebagian besar belum menikah, dan berpendidikan minimal SMA, yang mencerminkan kemandirian ekonomi serta kemampuan dalam menilai kualitas produk secara rasional. Preferensi konsumen menunjukkan bahwa atribut rasa, aroma, harga, aftertaste, dan body memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang baik, dengan rasa sebagai faktor utama, diikuti oleh aroma, harga, aftertaste, dan body. Berdasarkan hasil penelitian, konsumen Kedai Tjiamiskoffie berada pada kategori puas terhadap kopi robusta lokal yang disajikan, meskipun masih terdapat beberapa atribut yang perlu ditingkatkan, sehingga pengelola kedai perlu menjaga konsistensi kualitas terutama pada aspek rasa dan aroma guna meningkatkan kepuasan serta loyalitas konsumen.

Kata Kunci: *preferensi konsumen, produk, kopi robusta lokal.*

ABSTRACT

This research is motivated by the limited number of studies specifically examining consumer preferences for local coffee in rural areas, particularly in Ciamis Regency, although research on coffee preferences in general has been widely conducted. The purpose of this study is to identify the characteristics of Tjiamiskoffie Coffee Shop consumers, analyze preferences for local robusta coffee attributes, and determine the order of attributes that most influence purchasing decisions. The method used is a quantitative descriptive analysis with the Importance Performance Analysis (IPA) and the Customer Satisfaction Index (CSI) based on primary and secondary data. The results show that consumers are predominantly of productive age, have worked, mostly married, and have at least a high school education, reflecting economic independence and the ability to assess product quality rationally. Consumer preferences indicate that the attributes of taste, aroma, price, aftertaste, and body have a high level of importance and performance, with taste as the main factor, followed by aroma, price, aftertaste, and body. Based on the

findings, consumers at Tjiamiskoffie Coffee Shop are satisfied with the local robusta coffee served, although several attributes still need to be improved, Therefore, the coffee shop managers need to maintain consistency quality, especially in the aspects of taste and aroma to increase customer satisfaction and loyalty.
***Keywords**: consumer preferences, products, local robusta coffee..*

PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan yang bernilai ekonomi tinggi di Indonesia dengan keragaman varietas. Terdapat tiga varietas utama yang dibudidayakan di Indonesia yaitu Robusta (300-900 mdpl), Arabika (≥1000 mdpl), Liberika yang tumbuh di ketinggian berbeda. Komoditas ini menjadi sumber pendapatan utama tidak kurang dari 1,84 juta keluarga petani kopi di Indonesia dan komoditas ekspor penting bagi sumber pendapatan devisa negara (Udayana et al., 2022). Terdapat tiga kategori kepemilikan perkebunan yang berperan dalam menghasilkan kopi di Indonesia yakni perkebunan negara, perkebunan rakyat, dan perkebunan besar atau swasta. Berdasarkan data Dinas Perkebunan Jawa Barat (2022), peran utama dalam penyediaan bahan baku kopi di Jawa Barat ditempati oleh perkebunan rakyat dengan luas lahan sebesar 99,67% sementara perkebunan besar sebesar 0.33% dengan sebagian besar proses produksi kopi berasal dari berbagai kecamatan.

Kopi telah mejadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat, tidak hanya sebagai konsumsi minuman harian, tetapi juga sebagai cerminan budaya dan gaya hidup masyarakat. Peningkatan jumlah penduduk, kesejahteraan masyarakat, pemahaman dan pengetahuan masyarakat terhadap produk dapat menimbulkan perubahan pergeseran tren konsumsi terutama permintaan terhadap kopi organik berbasis lokal, fenemona ini diperkuat oleh peningkatan tren kopi spesialiti dimana konsumen lebih peduli terhadap suatu kualitas biji kopi, teknik penyeduhan, hingga keberlanjutan produksi kopi (Purwanto, 2025). Kesadaran konsumen ini menjadi peluang strategis bagi pengembangan pasar kopi.

Kabupaten Ciamis tercatat sebagai salah satu sentra produksi kopi robusta terbesar di wilayah Jawa Barat, yang tercermin pada data 5 Kecamatan teratas berdasarkan luas dan produksi tanaman kopi robusta di Provinsi Jawa Barat. Pada tahun 2022 Provinsi Jawa Barat merupakan produsen kopi robusta utama dan Kabupaten Ciamis merupakan salah satu kabupaten sebagai produsen utama yang mencapai 1.020 ton/tahun. Perkembangan kopi robusta di Kabupaten Ciamis saat ini

berada di fase kedewasaan, terlihat dari meningkatnya produksi kopi serta pertumbuhan kedai kopi di perkotaan hingga ke daerah pedesaan. Dengan banyaknya kedai kopi membuat permintaan akan kopi semakin meningkat sehingga terjalin mitra antara petani dan kopi untuk membeli secara langsung. Dalam beberapa tahun terakhir, konsumsi kopi Kabupaten Ciamis mengalami peningkatan yang signifikan, berdasarkan data BPS Kabupaten Ciamis rata-rata konsumsi kopi per kapita per minggu di Kabupaten Ciamis dibandingkan dengan tahun sebelumnya dari 6%/minggu pada tahun 2023 meningkat menjadi 6,3%/minggu pada tahun 2024.

Keterlibatan petani skala kecil ini tidak hanya mendukung pasokan lokal tetapi juga berkontribusi pada keragaman karakteristik kopi, karena setiap wilayah akan memiliki cara budidaya dan kondisi geografis yang berbeda dalam menghasilkan biji kopi. Gardjito (2011), menyatakan daerah tertentu menghasilkan jenis kopi khas yang hanya diproduksi di wilayah tersebut, dikenal sebagai *specialty coffee*. Contohnya meliputi Java Coffee dari Jawa, Toraja Coffee dari Sumatra, Moka dari Yaman dan sebagainya. Kopi ini umumnya dipasarkan sebagai *single origin*, dimana karakteristik rasa mencerminkan kondisi geografis dan budidaya lokal. Kopi-kopi jenis ini memiliki nilai jual tinggi di pasar global karena cita rasanya yang unik dan produksi yang terbatas. Hal ini menjadikannya potensi pengembangan daerah dalam menciptakan merek lokal. Konsep ini kini diadopsi kedai kedai, termasuk Kedai Tjiamiskoffie, dengan menyajikan olahan biji kopi lokal tertentu di Kabupaten Ciamis.

Kedai Tjiamiskoffie merupakan salah satu kedai kopi lokal yang tumbuh dan berkembang di Kabupaten Ciamis dengan mengusung konsep penyajian kopi robusta lokal *single origin* di wilayah Ciamis. Berdiri sejak tahun 2019 di Jl. Pasanggrahan, Desa Pasanggrahan, Kecamatan Panjalu, Kabupaten Ciamis. Keberhasilan kedai ini dalam menghadapi persaingan tidak lepas dari keterikatan pemilik dengan produk kopi lokal serta pemanfaatan tren penikmat kopi di Ciamis. Kedai ini mengunakan konsep kopi lokal yang disortasi khusus oleh pemilik dengan basis kopi organik lokal. Kedai ini memperkenalkan variasi minuman berbasis robusta lokal dengan penyajian modern seperti *cafe americano, tjiamiskoffie, brown sugar latte, espresso romano,* dan varian lainnya bertujuan mengeksplorasi citarasa dan pensajian yang berbeda. Pendekatan ini menjadi representatif untuk mengkaji

preferensi konsumen terhadap produk kopi lokal, khususnya robusta, karena mampu menampilkan identitas kopi Ciamis secara nyata dalam konsumsi masyarakat sehari-hari. Dengan karakteristik tersebut Tjiamis layak dijadikan objek dalam memahami bagaimana konsumen menilai atribut produk kopi robusta lokal.

Pemilihan Kedai Tjiamiskoffie sebagai lokasi penelitian didasarkan pada karakteristiknya yang merepresentasikan perkembangan kopi lokal berbasis robusta di wilayah pedesaan Kabupaten Ciamis. Kedai ini tidak hanya mengusung konsep single origin kopi robusta lokal, tetapi juga mengombinasikannya dengan penyajian modern yang mengikuti tren konsumsi masyarakat, sehingga mampu menjembatani antara nilai tradisional dan preferensi pasar saat ini. Selain itu, komitmen pemilik dalam menggunakan kopi organik lokal yang disortasi secara khusus menunjukkan adanya perhatian terhadap kualitas produk, yang menjadi faktor penting dalam menilai preferensi konsumen. Variasi menu yang ditawarkan juga memberikan ruang bagi konsumen untuk mengeksplorasi cita rasa kopi robusta dalam berbagai bentuk, sehingga memungkinkan peneliti mengidentifikasi atribut-atribut yang paling memengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya mengenai preferensi konsumen terhadap komoditas kopi secara umum sudah banyak dilakukan, terutama yang berfokus pada kopi sebagai komoditas nasional, tren konsumsi perkotaan, dan perilaku konsumen di kafe modern maupun preferensi kopi spesialis global, atau kopi yang terkait dengan gaya hidup masyarakat perkotaan. Namun, studi yang secara spesifik menyoroti preferensi konsumen terhadap produk kopi lokal di wilayah pedesaan masih sangat terbatas. Beberapa studi menyoroti preferensi terhadap atribut seperti harga, rasa, aroma, hingga penyajian lebih banyak dilakukan di sentra kopi yang sudah dikenal. Ruslan et al. (2020) menganalisis preferensi konsumen terhadap kopi bogor di kota bogor; Jannah et al (2022) menggunakan AHP untuk melihat preferensi kopi robusta spesial di Aceh Khas Daerah Bener Meriah, Tangsel; Sonjaya et al (2023) analisis faktor yang mempengaruhi preferensi dan keputusan pembelian konsumen kopi buhun Kabupaten Sumedang dan Rahman et al (2020) analisis preferensi konsumen terhadap kopi lokal Jawa (Bromo Tengger) di Kota Surabaya. Namun belum ditemukan penelitian secara spesifik meneliti preferensi konsumen terhadap kopi robusta lokal di Kabupaten Ciamis, yang notabene

yang memiliki potensi kopi robusta lokal dengan karakteristik khasnya. Padahal, kopi robusta merupakan salah satu komoditas unggulan yang banyak dihasilkan di daerah-daerah penghasil kopi di indonesia, termasuk di Kabupaten Ciamis.

Preferensi atau minat konsumen terhadap produk kopi robusta lokal di Kabupaten Ciamis dapat menjadi dasar untuk pengembangan kopi robusta lokal melalui proses pengambilan keputusan pembelian dimulai dengan pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca-pembelian. Keputusan ini sangat dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis yang menjadi aspek yang sangat diperhatikan dalam proses pembelian konsumen (Setiadi, 2019). Dengan mengetahui kesukaan konsumen terhadap produk kopi robusta lokal diharapkan dapat melakukan pengembangan kopi robuta lokal dan mendorong produksi yang meningkat. Hal ini didasari kesejahteraan pelaku usaha diantaranya petani dan pedagang kopi. Maka diperlukannya mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut-atribut produk kopi robusta lokal. Dimana proses pengambilan keputusan pembelian, preferensi ini terbentuk pada tahap evaluasi alternatif, di mana konsumen dihadapkan beragam pilihan produk atau jasa yang memiliki atribut berbeda-beda (Manglo et al., 2021).

Menurut Jannah et al., (2022), minat dan selera masing-masing konsumen menjadi dasar pemahaman dalam mengembankan kopi robusta di Aceh, preferensi konsumen terhadap parameter mutu *specialty coffee association* untuk kopi Aceh menunjukkan rasa lebih disukai dari parameter lainnya. Hal ini membuktikan bahwa minat dan preferensi konsumen menjadi landasan utama dalam memahami kebutuhan pengembangan kopi lokal, begitu juga dengan wilayah Kabupaten Ciamis. Dengan mengetahui selera, kepentingan, dan permintaan konsumen tidak hanya membuka peluang pengembangan kopi robusta lokal, tetapi juga membantu produsen menyusun strategi pemasaran yang tepat dalam menarik konsumen serta menjadi evaluasi produsen apakah produk sudah memenuhi harapan konsumen atau belum, produsen pun dapat menjadikan sumber referensi terhadap produk dengan memahami pilihan kesukaan konsumen terhadap atribut produk kopi robusta lokal atau dengan mempertahankan atribut pada produknya.

Berdasarkan uraian di atas, dan dalam rangka mengetahui karakteristik konsumen yang suka terhadap kopi robusta lokal di

Kabupaten Ciamis, maka perlu untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap produk sebagai acuan dalam merencanakan strategi pemasaran, dan menjaga produk berdasarkan preferensi konsumen serta dapat memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku usaha kopi robusta lokal yang ingin mengadopsi konsep serupa, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang difokuskan pada preferensi konsumen terhadap kopi robusta lokal yang disajikan di Kedai Tjiamiskoffie.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen kopi di kedai Tjiamiskoffie?
2. Bagaimana preferensi konsumen terhadap atribut kopi robusta lokal di kedai Tjiamiskoffi?
3. Bagaimana urutan atribut kopi robusta lokal berdasarkan tingkat kepentingan menurut preferensi konsumen di kedai Tjiamiskoffie?

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka tujuan yang dapat penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi karakteristik konsumen kopi kedai Tjiamiskoffie.
2. Menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut kopi robusta lokal.
3. Mengetahui urutan atribut yang paling mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap produk kopi robusta lokal di kedai Tjiamiskoffie.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif, Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi/sampel tertentu, pengumpulan data dengan intrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan keadaan variabel mandiri (satu atau lebih) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain

Teknik Pengumpulan data (Sugiyono, 2023)

Metode pengumpulan data dan informasi yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari responden dengan menggunakan kuisioner. Data pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder, data primer diperoleh dari responden Kedai Tjiamiskoffie di Desa Panjalu Kecamatan Panjalu Kabupaten Ciamis. Data sekunder diperoleh dari referensi-referensi terkait penelitian ini seperti buku, jurnal, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa responden Kedai Tjiamiskoffie merupakan pelangga di Kedai Tjiamiskoffie. Populasi pada penelitian ini adalah 100 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

   Responden yang di ambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang yang datang untuk membeli produk kopi robusta lokal di Kedai Tjiamiskoffie. Responden dalam penelitian ini sebagian besar berada pada usia 21-40 tahun dengan tingkat pendidikan sebagian besar SMA dan belum menikah serta sebagian besar telah bekerja.

2. Preferensi Konsumen terhadap Atribut Kopi Robusta Lokal di Kedai Tjiamiskoffie

a. Analisis Tingkat Kepentingan (*Importance*) Atribut Kopi Robusta Lokal di Kedai Tjiamiskoffie

   Konsumen kopi robusta lokal di Kedai Tjiamiskoffie memiliki perhatian yang besar terhadap atribut intrinsik kopi robusta, khususnya rasa dan aroma. Tingginya tingkat kepentingan pada hampir seluruh atribut mengindikasikan bahwa pengelola kafe perlu menjaga kualitas kopi secara konsisten agar mampu memenuhi harapan dan preferensi konsumen.

b. Analisis Tingkat Kinerja (*Performance*) Atribut Kopi Robusta di Kedai Tjiamiskoffie

   Kedai Tjiamiskoffie telah mampu menyajikan kopi robusta dengan kualitas yang baik dan memuaskan konsumen. Namun demikian, beberapa atribut seperti aftertaste dan kekentalan masih memerlukan perhatian lebih agar kinerja produk dapat semakin mendekati harapan konsumen, khususnya jika dikaitkan dengan analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) pada tahap selanjutnya.

c. Nilai Rata-rata *Importance* dan *Performance*

   Fokus utama pengelola Kedai Tjiamiskoffie sebaiknya diarahkan pada upaya mempertahankan dan menjaga konsistensi kualitas atribut rasa dan aroma kopi robusta, karena kedua atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang sama-sama tinggi serta menjadi faktor utama dalam membentuk kepuasan dan preferensi konsumen. Di samping itu, pengelola juga perlu melakukan perbaikan secara bertahap pada atribut aftertaste dan kekentalan, meskipun keduanya berada pada kategori

prioritas rendah, agar kualitas produk kopi robusta semakin optimal dan mampu memberikan pengalaman konsumsi yang lebih menyeluruh. Sementara itu, atribut harga yang dinilai telah sesuai dengan harapan konsumen perlu tetap dipertahankan melalui kebijakan harga yang konsisten dan seimbang, sehingga keseluruhan atribut kopi robusta di Kedai Tjiamiskoffie dapat dikelola secara efektif sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi konsumen

d. Posisi Atribut dalam Kuadran IPA

Pengelolaan kualitas kopi robusta di Kedai Tjiamiskoffie telah berada pada arah yang tepat. Fokus strategi sebaiknya diarahkan pada mempertahankan kinerja atribut utama serta melakukan penyempurnaan secara selektif pada atribut pendukung guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen secara berkelanjutan.

3. Indeks Kepuasan Konsumen (*Customer Satisfaction Index*/CSI) Kopi Robusta Lokal di Kedai Tjiamiskoffie

a. Menghitung *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS).

Atribut rasa menempati posisi paling penting sekaligus paling memuaskan bagi konsumen Kedai Tjiamiskoffie. Tingginya nilai MIS dan MSS pada atribut rasa menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya menempatkan rasa sebagai prioritas utama dalam menilai kualitas Kopi Robusta Lokal, tetapi juga menilai kinerja rasa tersebut telah sesuai dengan harapan mereka. Hal ini menegaskan bahwa cita rasa kopi menjadi kekuatan utama produk dan berperan besar dalam membentuk kepuasan konsumen secara keseluruhan.

b. Menghitung *Weighted Factor* (WF).

Atribut rasa merupakan faktor paling menentukan dalam membentuk kepuasan konsumen secara keseluruhan. Tingginya bobot kepentingan tersebut menegaskan bahwa konsumen menempatkan rasa sebagai prioritas utama dalam menilai kualitas Kopi Robusta Lokal, sehingga keberhasilan dalam menjaga dan meningkatkan cita rasa akan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan

c. Menghitung *Weighting Score* (WS).

Atribut rasa merupakan faktor yang paling dominan dalam membentuk kepuasan total konsumen terhadap Kopi Robusta Lokal. Tingginya kontribusi atribut rasa

menegaskan bahwa kualitas cita rasa menjadi kekuatan utama produk dan berperan penting dalam menciptakan pengalaman minum kopi yang memuaskan bagi konsumen.

d. Menghitung *Weighting Total*, dengan menjumlahkan *Weighted Score* dari semua atribut

Secara keseluruhan kinerja atribut Kopi Robusta Lokal yang disajikan di Kedai Tjiamiskoffie telah berada pada tingkat yang cukup baik dan mampu memenuhi harapan konsumen. Angka ini mencerminkan penilaian agregat konsumen terhadap berbagai atribut produk, seperti rasa, aroma, kekentalan, dan aftertaste, yang secara umum dinilai positif dan sesuai dengan ekspektasi mereka saat mengonsumsi kopi di kedai tersebut.

e. Menghitung *Customer Satisfaction Index (CSI)*.

Tingkat kepuasan konsumen terhadap Kopi Robusta Lokal yang disajikan di Kedai Tjiamiskoffie secara umum berada pada kategori “puas”, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai Customer Satisfaction Index (CSI) sebesar 79,00%. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas produk kopi yang ditawarkan telah mampu memenuhi ekspektasi konsumen, terutama pada atribut utama seperti rasa dan aroma yang menjadi daya tarik utama dalam pengalaman menikmati kopi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Konsumen kopi di Kedai Tjiamiskoffie didominasi oleh kelompok usia produktif yang telah bekerja, sebagian besar berstatus belum menikah, dan memiliki tingkat pendidikan yang relatif tinggi. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa konsumen Kedai Tjiamiskoffie merupakan segmen pasar yang matang secara ekonomi, memiliki pola konsumsi yang cenderung stabil, serta mampu menilai kualitas produk kopi secara rasional. Kondisi ini menegaskan bahwa keputusan pembelian konsumen tidak semata-mata bersifat impulsif, melainkan didasarkan pada pertimbangan kualitas dan nilai produk yang ditawarkan.
2. Hasil analisis preferensi konsumen Kedai Tjiamiskoffie menempatkan atribut rasa dan aroma sebagai faktor paling penting dalam penilaian kopi robusta lokal, diikuti oleh atribut harga, aftertaste, dan kekentalan yang juga

memiliki tingkat kepentingan dan kinerja relatif baik. Hasil pemetaan melalui *Importance Performance Analysis* serta perhitungan *Customer Satisfaction Index* menegaskan bahwa secara umum konsumen berada pada kategori puas terhadap produk yang disajikan. Meskipun demikian, penelitian ini juga menunjukkan adanya beberapa atribut yang masih perlu ditingkatkan kinerjanya agar tingkat kepuasan konsumen dapat lebih optimal dan berkelanjutan.

3. Keputusan pembelian konsumen Kedai Tjiamiskoffie paling dipengaruhi oleh atribut rasa sebagai faktor utama, diikuti secara berurutan oleh aroma, harga, aftertaste, dan kekentalan. Rasa menempati posisi tertinggi karena menjadi penentu utama kepuasan dan pengalaman minum kopi, sementara aroma berperan sebagai daya tarik awal yang memperkuat persepsi kualitas produk. Harga berfungsi sebagai pertimbangan rasional dalam menyesuaikan nilai yang dirasakan dengan kemampuan beli konsumen, sedangkan aftertaste dan kekentalan berperan sebagai atribut pendukung. Temuan ini menegaskan bahwa pengelola kedai perlu memprioritaskan konsistensi dan kualitas rasa serta aroma sebagai strategi utama untuk meningkatkan minat beli dan loyalitas konsumen terhadap kopi robusta lokal.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diuraikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pengelola Kedai Tjiamiskoffie
   Pengelola kedai disarankan untuk memprioritaskan peningkatan atribut aftertaste dan kekentalan yang memiliki tingkat kepentingan tinggi namun kinerjanya masih relatif rendah, melalui evaluasi dan peyempurnaan proses peyeduhan, seperti penyesuaian Tingkat kehalusan gilingan kopi(grind size), rasio kopi dan air, waktu ekstraksi, serta konsistensi Teknik peyeduhan agar karakter aftertaste dan body dapat lebih sesuai dengan preferensi konsumen sebagai langkah jangka pendek. Sementara itu, dalam jangka panjang, disarankan untuk terus mempertahankan konsistensi kualitas yang telah menjadi keunggulan usaha, melalui evaluasi berkala terhadap cita rasa produk, menjaga Kerjasama dengan petani yang menerapkan budidaya organic, serta mempertahankan standar pengolahan dan penyajian yang telah diterapkan agar kepuasan dan loyalitas konsumen terus meningkat

2. Bagi pelaku usaha kopi lokal dan UMKM kopi

   Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha sebagai dasar dalam menyesuaikan produk .kopi dengan preferensi konsumen kedai kopi lokal melalui pemahaman atribut yang paling memengaruhi keputusan pembelian, sehingga dapat mendukung penerapan strategi diferensiasi produk dan penetapan harga yang kompetitif dalam jangka pendek. Sementara itu, dalam jangka panjang, temuan ini diharapkan mampu mendorong peningkatan nilai tambah kopi robusta lokal secara berkelanjutan agar memiliki daya saing yang lebih kuat dibandingkan produk kopi lainnya.

3. Bagi peneliti selanjutnya

   Disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain seperti citra merek, suasana kedai, kualitas pelayanan, atau metode penyeduhan kopi, serta memperluas jumlah dan karakteristik responden sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai perilaku dan preferensi konsumen kopi di kedai kopi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik. (2025). Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Bahan Minuman di Kabupaten Ciamis (Satuan Komoditas), 2021-2023. *Diakses 23 Mei 2025 dari https://www.bps.go.id/statistics-table/2/Mjg0IzI=/rata-rata-konsumsi-perkapita-seminggu-menurut-*kelompok-bahan-minuman-di-kabupaten-ciamis.html

Dinas Pekebunan Provinsi Jawa Barat. (2022). *Statistik Perkebunan Jawa Barat Tahun 2022,* Dinas Pekebunan Provinsi Jawa Barat. Bandung.

Gardjito, M., & Rahadian, D. (2011). *Kopi: Sejarah dan Tradisi Minum Kopi, Cara Benar Mengekstrak dan Menikmati Kopi, Manfaat dan Risiko Kopi bagi Kesehatan*. PT Kanisius.

Ilham, M. I. N. (2024). Preferensi Konsumen Terhadap Produk Abon Ikan Lele (Studi Kasus pada Konsumen Abon Ikan Lele Cap Rajawali). *Skripsi. http://repository.unigal.ac.id:8080/handle/123456789/5374*

Jannah, M., Yusmanizar, Y., & Safrizal, S. (2022). Preferensi Konsumen Kopi Robusta Terhadap Parameter Mutu Specialty Coffee Association Menggunakan Metode Analytical Hierarchi Process (AHP). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian, 7(4). https://doi.org/10.17969/jimfp.v7i4.21863*

Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (B. Sabran, Trans.; 12th ed., Vol. 1, Issue 2). Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (12th ed., Vol. 1). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12th ed., Vol. 1 dan 2). Pearson Eduacation, inc.

Manglo, B. S., Saleh, M. Y., & Suriani, S. (2021). Daya Tarik Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Dimediasi Preferensi Konsumen Terhadap Minat Beli Minuman Thai Tea Di Kota Makassar. *Indonesian Journal of Business and Management, 4(1). https://doi.org/10.35965/jbm.v4i1.1079*

Purwanto, A. (2025). *Mengintip Tren dan Tantangan Bisnis Kopi 2025. Riset. https://www.kompas.id/artikel/mengintip-tren-dan-tantangan-bisnis-kopi-2025*

Rahman, R. A., Sastryawanto, H., & Haryanti, E. (2020). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Kopi Lokal Jawa (Bromo Tengger) Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis, 20(1). https://doi.org/10.30742/jisa2012020975*

Ruslan, M. R., Yoesdiarti, A., & Miftah, H. (2020). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Kopi Bogor di Tiga Kedai Kopi Bogor. Jurnal Agribisains, 6(2). https://doi.org/10.30997/jagi.v6i2.3545

Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* Edisi Ketiga (Vol. 3). Prenada Media.

Sonjaya, U., Sukmawati, D., & Dasipah, E. (2023). Analisis Faktor yang Memengaruhi Preferensi dan Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Buhun Kabupaten Sumedang.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif).* Alfabeta.

Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Manajemen (Edisi ke-3). Alfabeta.

Udayana, G. B., Situmeang, Y. P., Mangku, G. P., Suriati, L., Sudita, D. N., & Sanjaya, G. A. M. P. (2022). *Standar Operasional Prosedur (SOP) Budidaya Kopi Arabika Good Agriculture Pratices (GAP)* (PT. Scopindo Media Pustaka, Ed.)