



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 2 Tahun 2024 Page 709-717

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Perilaku Konsumen Kopi Kapal Api Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis Stambuk 2022 Di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan dan Meramalkan Permintaan

Yolanda Br Sihaloho^{1✉}, Vini Andayani Manik², Mei Lani Sembiring³, Feby Caroline⁴, Lenti
Susanna Saragih⁵

Universitas Negeri Medan

Email: sihalohoyolanda@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Kopi merupakan minuman yang sejak lama digemari masyarakat Indonesia. Kopi adalah minuman yang digemari hampir semua kalangan dimulai dari kalangan muda hingga tua. Perilaku konsumen adalah suatu proses yang berkaitan dengan proses pembelian, pada saat para konsumen akan melakukan segala aktifitas-aktifitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian terhadap suatu produk yang akan mereka beli. Peramalan merupakan suatu kegiatan memperkirakan atau memprediksikan kejadian dimasa yang akan datang tentunya dengan bantuan penyusunan rencana terlebih dahulu, dimana rencana ini dibuat berdasarkan kapasitas dan kemampuan permintaan/produksi yang telah dilakukan di perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen dan meramalkan permintaan terhadap Kopi Kapal Api dikalangan mahasiswa prodi Pendidikan Bisnis stambuk 2022 Universitas Negeri Medan. Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Data yang digunakan adalah jawaban responden hasil penyebaran kuesioner. Berdasarkan hasil penelitian rasa kopi merupakan faktor penting dalam perilaku konsumen memilih sebuah kopi, terutama pada mahasiswa prodi Pendidikan Bisnis stambuk 2022 serta kepraktisan dalam pembuatan membuat kopi Kapal Api menjadi faktor yang meningkatkan daya minat dan konsumsi masyarakat, terutama dikalangan mahasiswa khususnya prodi Pendidikan Bisnis stambuk 2022 dikarenakan sangat menghemat waktu dan tidak repot.

Kata Kunci: *Kopi, Perilaku Konsumen, Meramalkan Permintaan*

Abstract

Coffee is a drink that has long been popular with Indonesian people. Coffee is a drink that is popular with almost all groups, from young to old. Consumer behavior is a process related to the purchasing process, when consumers carry out all activities such as searching, researching and evaluating a product they are going to buy. Forecasting is an activity of estimating or predicting future events, of course with the help of preparing a plan in advance, where this plan is made based on the capacity and demand/production capabilities that have been carried out in the company. The aim of this research is to find out consumer behavior and predict demand for Kapal Api Coffee among students of the 2022 Stambuk Business Education study program at Medan State University. This research approach uses qualitative research. The data used are respondents' answers from distributing questionnaires. Based on research results, coffee taste is an important factor in consumer behavior in choosing coffee, especially among students of the 2022 Stambuk Business Education study program and practicality in making Kapal Api coffee is a factor that increases public interest and consumption, especially among students, especially the 2022 Stambuk Business Education study program. because it really saves time and doesn't bother you.

Keywords: *Coffee, Consumer Behavior, Forecasting Demand*

PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi di antara tanaman perkebunan lainnya dan berperan penting sebagai sumber devisa Negara (Sepriana, 2021). Kopi merupakan minuman yang sejak lama digemari masyarakat Indonesia. Kopi adalah minuman yang digemari hampir semua kalangan dimulai dari kalangan muda hingga tua. Minuman hitam pekat ini sangatlah populer, mengingat penikmatnya bukan hanya dari kalangan tertentu saja, akan tetapi dari semua kalangan, minuman ini sering juga dikombinasikan dengan unsur" lain sebagai pelengkap (Salmah, 2018). Bagi sebagian besar masyarakat Indonesia atau penikmat kopi, kopi adalah salah satu hal wajib sebelum memulai hari, bahkan jikalau bisa, disetiap kesempatan mereka akan mengkonsumsi kopi. Kopi merupakan minuman yang sejak lama digemari masyarakat Indonesia. Keberadaannya semakin dibuktikan dengan kemampuan Indonesia menjadi negara produsen kopi ke empat terbesar dunia setelah Brazil, Vietnam, dan Colombia. Prevalensi penduduk dalam mengkonsumsi kafein, prevalensi nasional sebesar 45,6%. Di Indonesia, usia penikmat kopi hampir tidak pandang usia mulai dari remaja hingga orang dewasa bahkan manula. Bagi para penikmatnya, tiada hari yang tidak diawali dengan menyeruput secangkir kopi (Sasmita, 2015).

Ada memiliki kebiasaan dan gaya hidup untuk menghabiskan uang dan waktu luang mereka dengan membeli kopi di kedai kopi. Karena munculnya kebiasaan baru, tren minum kopi berkembang cukup pesat di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Menjadi negara penghasil kopi terbesar ke-3, produksi kopi Indonesia cenderung meningkat dalam lima tahun terakhir. Menurut laporan Statistik Indonesia 2023, produksi kopi Indonesia mencapai 794,8 ribu ton pada 2022, meningkat sekitar 1,1% dibanding tahun sebelumnya (Wahyuni, 2019). Menurut penelitian ini, masyarakat cenderung memenuhi kebutuhan artifisial untuk dicap sebagai manusia modern daripada mewujudkan keinginan esensialnya. Peminum kopi seringkali berperilaku konsumtif dengan membeli barang untuk mempertahankan status dan penampilan. Peminum kopi terlibat dalam kebiasaan mengonsumsi kopi sebagai bagian dari gaya hidup mereka (Putri & Fidiana, 2020).

Presentase motivasi utama orang dalam mengonsumsi kopi adalah kebiasaan sebesar 45%, disusul oleh kesegaran sebesar 41%, pergaulan 12% dan Kesehatan 2%. Minum kopi memang telah menjadi kebiasaan hidup dalam kehidupan manusia sejak lama yang kemudian diturunkan dari generasi ke generasi. Kebiasaan juga menyangkut kepribadian dan gaya hidup seseorang (Prayitno, 2015). Sesuatu yang telah menjadi kebiasaan biasanya sangat sulit untuk dihilangkan. Konsumen yang mempunyai kebiasaan mengonsumsi suatu merek kopi bubuk tertentu biasanya merupakan konsumen yang loyal. Baginya bila dalam sehari tidak mengonsumsi kopi tersebut, maka terasa kurang lengkap. Konsumen yang telah terbiasa mengonsumsi suatu produk umumnya sangat peka terhadap kualitas suatu produk. Mereka akan merasakan bila terjadi perubahan kualitas pada produk tersebut. Selain karena kebiasaan, konsumen mengonsumsi kopi juga karena alasan kesegaran dan kesehatan (Meltarini, 2018). Hal ini sangat berhubungan dengan fungsi dari minuman kopi sebagai bahan penyegar. Suatu bahan dikatakan sebagai bahan penyegar karena memiliki kandungan alkaloid yang mampu memberikan stimulus berupa peningkatan kerja jantung bagi pengonsumsinya. Selain untuk kesehatan dan kesegaran, mengonsumsi kopi juga sedang menjadi tren pada kalangan tertentu. Telah terjadi tren baru di kalangan remaja berupa mengonsumsi kopi di café (Yusriadi, 2018). Konsumen dari kalangan remaja seperti ini tidak begitu peduli pada manfaat dari kopi itu sendiri, karena mereka pergi ke café dan mengonsumsi kopi di sana untuk kepentingan aktualisasi diri, bergaul dengan rekan-rekan dan komunitasnya. motivasi masyarakat modern dalam mengonsumsi kopi salah satunya karena pergaulan. Minum kopi khususnya di kedai kopi telah menjadi sebuah ajang pergaulan sosial di kalangan masyarakat modern khususnya anak muda. Kedai kopi telah menjadi tempat yang nyaman untuk nongkrong dan berbincang-bincang santai sampai

dengan kegiatan yang lebih serius seperti meeting kegiatan kantor atau dinas (Negret et al., 2019). Dari yang awalnya sekedar pergaulan maka meminum kopi ini kemudian dapat menjadi kebiasaan, karena memang kebiasaan dapat dipengaruhi oleh faktor lingkungan sekitar misalnya keluarga, dan lingkaran sosial dalam pergaulan seseorang (Negret et al., 2019)

Kopi menjadi bagian dari gaya hidup dan digemari oleh konsumen sehingga menjadi usaha yang menjanjikan. Semakin menjamurnya kedai kopi menyebabkan persaingan bisnis sehingga terjadi fluktuasi penjualan. Jumlah gerai kedai kopi di Indonesia tumbuh 3 kali lipat dalam 3 tahun terakhir, dari 1.083 gerai menjadi 2.937 gerai dengan kenaikan sekitar 28%. Selain itu, 39% konsumen membeli kopi di kedai coffee-to-go-shop melalui aplikasi online Go Food dan Grab Food, sehingga konsumsi kopi sebagai jenis kategori makanan dan minuman yang dipesan melalui aplikasi tergolong tinggi menurut survei pada bulan Juni. (Wahyuningsih & Mahdar, 2018).

METODE PENELITIAN

Subjek & Objek Penelitian

Subjek dianalisis adalah Kopi Kapal Api, Objek yang dikaji dalam penelitian ini adalah perilaku konsumen mahasiswa prodi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan dan meramalkan permintaan. Konsumen dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengenal produk kopi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Rumusan masalah dalam penelitian ini berjenis deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan kuesioner (angket) dan studi pustaka (Tobing et al., 2019).

Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data primer yaitu dengan membagikan kuesioner, kepada responden secara online tanpa melalui perantara dan responden diminta untuk mengisi kuesioner. Hasil penelitian tersebut merupakan hasil kuesioner dan penggabungan dari penelitian-penelitian sebelumnya.

Waktu & Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan pada tanggal 11 Oktober 2023 di Fakultas Ekonomi pada saat jam istirahat, yaitu jam 12.00.

Populasi dan Sampel

Kegiatan penelitian menggunakan populasi dari mahasiswa prodi Pendidikan Bisnis stambuk 2022 di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan. Dengan mengambil sampel yaitu kelas B (Garcia et al., 2022).

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan kuesioner (angket), dan studi pustaka. Teknik penelitian adalah survei, dimana peneliti survei adalah suatu penelitian yang dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner (angket) sebagai alat pengumpulan data (Agustin & Rosdiana, 2022).

Teknik Analisis Data

Teknik Analisis data yang digunakan adalah kualitatif, Penelitian tentang Analisis Perilaku Konsumen mahasiswa prodi Pendidikan Bisnis stambuk 2022 Universitas Negeri Medan terhadap Kopi Kapal Api dan Meramalkan Permintaan, relevan dengan menggunakan penelitian kualitatif karna memenuhi karakteristik penelitian kualitatif, terutama dalam hal pengungkapan data secara mendalam melalui observasi dan kajian dokumen terhadap apa yang dilakukan para informan (Noerhidajati et al., 2021).

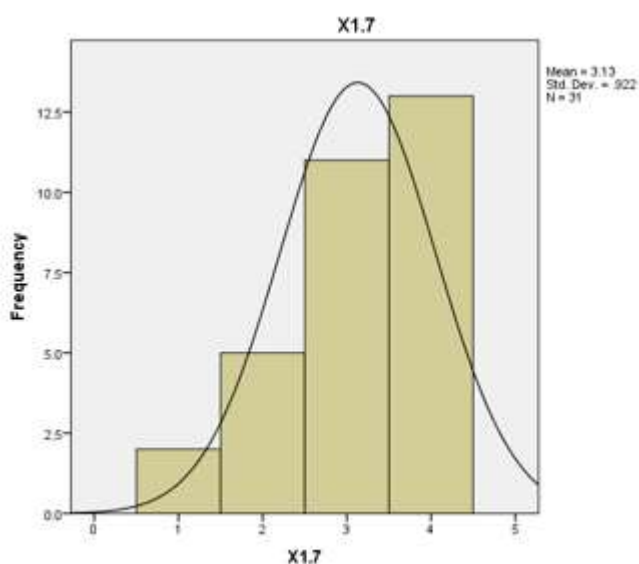
HASIL DAN PEMBAHASAN

Perilaku Konsumen

The American Marketing Association dalam Setiadi (2010:3) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku, dan lingkungannya di mana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka. Perilaku konsumen timbul karena adanya kebutuhan untuk membeli suatu produk, yang memberikan kegunaan untuk memuaskan keinginan konsumen (Yazdanfar & Öhman, 2020). Setiap konsumen memiliki cara pandang tersendiri terhadap suatu merek atas produk atau jasa tertentu (Anwar, 2019). Maka, konsumen memilih produk berdasarkan atas informasi yang mereka dapat dan pengalaman yang sudah mereka terima. Jika citra merek produk tersebut baik, maka konsumen dapat langsung memilih produk tersebut (Purnaningsih, 2018).

Tabel 1. Uji Deskriptif Variabel Perilaku Konsumen

		Frequency	Percent Valid	Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	5	11	13
	TS	6.5	16.1	35.5	41.9
	S	6.5	16.1	35.5	41.9
	SS	6.5	22.6	58.1	100.0
	Total	31	100.0	100.0	



Gambar 1. Variabel Perilaku Konsumen

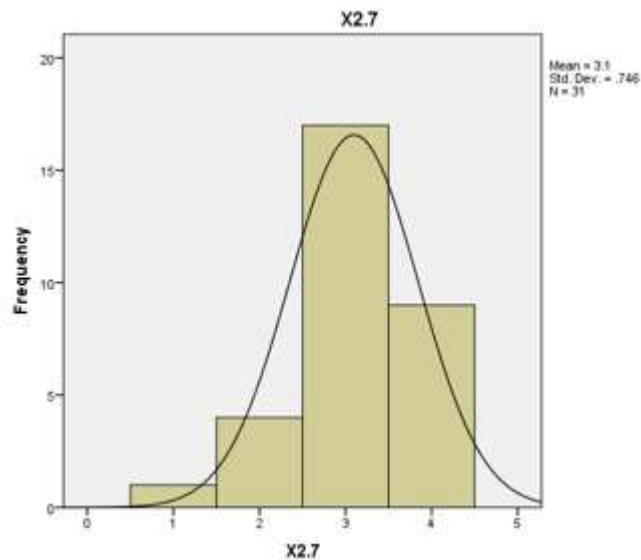
Berdasarkan data dari tabel dan diagram bahwa banyak orang yang memilih rasa yang paling memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli kopi (Kholisoh & Dwiarti, 2020). Hal ini berarti yang mempengaruhi perilaku konsumen yang paling utama adalah rasa dari kopi (Tambunan, 2019). Berdasarkan hasil survei tersebut maka dapat disimpulkan perilaku konsumen mahasiswa prodi Pendidikan Bisnis stambuk 2022 kelas B memilih kopi Kapal Api karena rasanya.

Meramalkan Permintaan

Analisis peramalan permintaan produk selalu dilakukan oleh manajemen produksi terkait dengan perencanaan yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen, rencana kebutuhan tenaga kerja, penentuan dan perencanaan kapasitas produksi, penentuan lokasi dan jadwal produksi (Anshika et al., 2021). Peramalan menjadi salah satu hal penting yang dimiliki perusahaan atau organisasi berkaitan dengan bisnis pada saat pengambilan keputusan oleh manajemen (Ngantung & Jan, 2019).

Tabel 2. Uji Deskriptif Variabel Meramalkan Permintaan

		Frequency	PercentValid	Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	3.2	3.2	3.2
	TS	4	12.9	12.9	16.1
	S	17	54.8	54.8	71.0
	SS	9	29.0	29.0	100.0
	Total	31	100.0	100.0	



Gambar 2. Meramalkan Permintaan

Berdasarkan data dari tabel dan diagram bahwa banyak orang yang memilih kopi Kapal Api dikarenakan sangat praktis untuk dibuat. Hal ini berarti peramalan permintaan kopi berdasarkan cara pembuatan yang praktis (M. Fikri Arif Setya Pambudi et al., 2022). Berdasarkan hasil survei tersebut maka dapat disimpulkan mahasiswa prodi Pendidikan Bisnis stambuk 2022 kelas B lebih memilih kopi yang pembuatannya praktis, maka dari itu kopi Kapal Api diminatin dikarenakan dalam pembuatannya praktis.

SIMPULAN

1. Rasa kopi merupakan faktor penting dalam perilaku konsumen memilih sebuah kopi. Komposisi kopi Kapal Api merupakan racikan turun temurun, inilah yang menjadikan cita rasa Kopi Kapal Api tetap menjaga kualitasnya hingga saat ini dan mendapatkan tempat di hati masyarakat Indonesia, terutama pada mahasiswa prodi Pendidikan Bisnis stambuk 2022.
2. Kepraktisan dalam pembuatan membuat kopi Kapal Api menjadi faktor yang meningkatkan daya minat dan konsumsi masyarakat. Permintaan terhadap kopi

Kapal Api meningkat karna kepraktisan dalam pembuatannya, terutama dikalangan mahasiswa khususnya prodi Pendidikan Bisnis stambuk 2022 dikarenakan sangat menghemat waktu dan tidak repot.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D. M., & Rosdiana, Y. (2022). Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Riset Akuntansi*, 83–90.
- Anshika, Singla, A., & Mallik, G. (2021). Determinants Of Financial Literacy: Empirical Evidence From Micro And Small Enterprises In India. *Asia Pacific Management Review*, 26(4), 248–255. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2021.03.001>
- Anwar, M. (2019). Cost Efficiency Performance Of Indonesian Banks Over The Recovery Period: A Stochastic Frontier Analysis. *The Social Science Journal*, 56(3), 377–389. <https://doi.org/10.1016/j.soscij.2018.08.002>
- Garcia, F. T., Ten Caten, C. S., De Campos, E. A. R., Callegaro, A. M., & De Jesus Pacheco, D. A. (2022). Mortality Risk Factors In Micro And Small Businesses: Systematic Literature Review And Research Agenda. *Sustainability*, 14(5), 2725. <https://doi.org/10.3390/su14052725>
- Kholisoh, S. N., & Dwiarti, R. (2020). The Analysis Of Fundamental Variables And Macro Economic Variables In Predicting Financial Distress. *Management Analysis Journal*, 9(1), 81–90. <https://doi.org/10.15294/maj.v9i1.36395>
- M. Fikri Arif Setya Pambudi, Ade Irma Suryani Lating, Ashari Lintang Yudhanti, & Mulyani Rahman Soulisa. (2022). Pengaruh Return On Asset, Return On Equity, . *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 361–372. <https://doi.org/10.55606/jaem.v2i3.380>
- Meltarini, M. (2018). Perlukah Manajemen Perubahan Bagi Pemerintah Kabupaten Sumedang. *Jurnal Politik Pemerintahan Dharma Praja*, 11(1), 11–24.
- Negret, P. J., Sonter, L., Watson, J. E. M., Po.(2019). Emerging Evidence That Armed Conflict And Coca Cultivation Influence Deforestation Patterns. *Biological Conservation*, 239, 108176. <https://doi.org/10.1016/j.biocon.2019.07.021>
- Noerhidajati, S., Purwoko, A. B., Werdaningtyas, H., Kamil, A. I., & Dartanto, T. (2021). Household Financial Vulnerability In Indonesia: Measurement And Determinants. *Economic Modelling*, 96, 433–444. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2020.03.028>
- Prayitno, E. (2015). Manajemen Perubahan, Tantangan Implementasi E-Government. *Seminar Nasional Informatika (Semnasif)*, 1(5).

- Purnaningsih, D. (2018). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei)*. <https://Dspace.Uii.Ac.Id/Handle/123456789/5590>
- Putri, F. Y., & Fidiana, F. (2020). Pengaruh Pemahaman Perpajakan, Kemudahan Membayar Pajak Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (Jira)*, 9(1).
- Salmah, S. (2018). Pengaruh Pengetahuan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan (Pbb). *Inventory: Jurnal Akuntansi*, 2(1), 151. <https://Doi.Org/10.25273/V1i2.2443>
- Sasmita, S. N. A. (2015). Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus, Kesadaran Wajib Pajak Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pemilik Usaha Kecil Menengah Dalam Pelaporan Kewajiban Perpajakan.
- Sepriana, R. (2021). Tax Avoidance On Poultry Business Owners In Blitar Regency, East Java Province. *International Journal Of Accounting & Finance In Asia Pasific*, 4(1), 51–59. <https://Doi.Org/10.32535/Ijafap.V4i1.1032>
- Tambunan, T. T. H. (2019). The Impact Of The Economic Crisis On Micro, Small, And Medium Enterprises And Their Crisis Mitigation Measures In Southeast Asia With Reference To Indonesia. 19–39. <https://Doi.Org/10.1002/App5.264>
- Tobing, R. A., Zuhrotun, Z., & Ruserlistyani, R. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, Dan Good Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Sustainability. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 102–123.
- Wahyuni, S. (2019). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan Dan Dimensi Keadilan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm. *Jad: Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan Dewantara*, 2(2), 71–81.
- Wahyuningsih, A., & Mahdar, N. M. (2018). Pengaruh Size, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Csr Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 5(1), 27–36.
- Yazdanfar, D., & Öhman, P. (2020). Financial Distress Determinants Among Smes: Empirical Evidence From Sweden. *Journal Of Economic Studies*, 47(3), 547–560. <https://Doi.Org/10.1108/Jes-01-2019-0030>
- Yusriadi, Y. (2018). Manajemen Perubahan Dalam Reformasi Birokrasi Menuju Information Technology (It). *Jurnal Mitra Manajemen*, 2(2), 61–70. <https://Doi.Org/10.52160/Ejmm.V2i2.39>