Perilaku Konsumen Berdasarkan Kelompok Gender dan Usia pada Beberapa Formula Kopi Mix Arabika

(Consumer Behavior Based on Gender and Age Group on Some Arabica Mix Coffee Formulation)

Arsa Yudi Hanafi, Martunis¹, Muhammad Ikhsan Sulaiman^{1*}

¹Program Studi Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Syiah Kuala

Abstrak. Pada komposisi tertentu, kopi susu atau kopi yang *dimix* memiliki tingkat permintaan yang sangat tinggi. Di Aceh, Kopi *mix* lebih dikenal dengan sebutan *Sanger*. Karakteristik Individu, makanan dan lingkungan dapat mempengaruhi tingkat preferensi dan perilaku konsumen terhadap produk yang akan dinilai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat preferensi konsumen terhadap formulasi kopi *mix* Arabika pada kombinasi derajat *roasting* dan jumlah susu yang berbeda. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei wawancara dengan media kuisioner. Hasil penelitian menunjukkan, tingkat kesukaan kopi *mix* responden dari semua usia dan gender rata-rata menjawab suka (57% - 66%).

Kata kunci: kopi, prefensi, survei, gender, umur.

Abstract. Demand from coffee lovers is very high for coffee milk or coffee mixed with milk with a certain composition. Coffee mix generally in Aceh is known as sanger. Preference and behavior towards food products are influenced by individual characteristics, food characteristics and environmental characteristics. The purpose of the study was to determine consumer preferences based on gender and age groups and consumer preferences on several mix arabica coffee formulas with a combination of roasting degrees and amount of milk. The research method used is a survey interview method with a media questionnaire. The results showed that the level of coffee preference of respondents from all ages and genders on average answered like (57% - 66%).

Keywords: coffee, preference, survey, gender, age.

PENDAHULUAN

Salah satu komoditas perkebunan yang di budidayakan di indonesia kopi. Kopi memiliki peran penting terhadap pertumbuhan perekonomian. Diperkirakan 1,84 juta keluarga petani kopi menjadikan Komoditas kopi sebagai sumber pendapatan utama. Selain itu, lebih kurang 1 juta keluarga menjadikan industri hilir dari perdagangan kopi sebagai sumber utama pendapatan mereka (Rahardjo, 2012).

Perdagangan kopi didunia didominasi oleh kopi jenis arabika dan robusta. Citra rasa kopi arabika dan robusta menjadi Perbedaan kedua spesies kopi tersebut, dimana arabika memiliki cita rasa yang paling enak. Kandungan kafein kopi arabika lebih rendah (1,4%) dibandingkan robusta (1,6-2%). Citra rasa kopi robusta yang terlalu pahit dan asam membuat sebahagian besar orang membiasakan menikmati sendiri. Robusta tidak dapat hidup dibawah 800 MDPL, Arabika bisa hidup diatas 800MDPL. (Tim Barista Anggrek, 2009).

Pada komposisi tertentu kopi yang *mix* dengan susu memiliki permintaan yang sangat tinggi. Jenis kopi *mix* yang beredar dipasaran kebanyakan dari jenis kopi robusta namun tidak ada kopi yang *dimix* dari jenis kopi arabika.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Laboratorium Pengembangan Produk dan Pilot Plant, Laboratorium Uji Sensori Pertanian Program Studi Teknologi Hasil Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Syiah Kuala. Penelitian dilakukan pada bulan Januari-Februari 2018.

Bahan dan Alat

Bahan utama yang digunakan pada penelitian ini yaitu kopi arabika (Premium Grade I Halic) yang didapat dari Takengon Aceh Tengah, susu skim bubuk, gula pasir.

Rancangan Penelitian

Penelitian terdiri atas 2 tahapan. Penelitian pada tahapan pertama dilakukan untuk melihat perilaku konsumen terhadap kopi secara umum dan kopi mix arabika. Penelitian pada tahapan kedua dilakukan untuk melihat kesukaan konsumen terhadap formulasi kopi mix arabika.

Analisis Data

Penelitian ini menggunakan rancangan faktorial dengan 3 ulangan. Faktor I yaitu derajat roasting kopi dengan dua taraf *light*, *medium* dan *dark*. Faktor II yaitu konsentrasi susu dengan dua taraf yaitu 25% dan 50%.

Prosedur Penelitian

Kopi arabika masing-masing 2 kg disangrai pada suhu 180-185°C. Penyangraian dihentikan pada saat kopi berubah sesuai dengan perlakuan yaitu *light*, *medium* dan *dark* yang ditentukan pengecekan secara visual medium. Kopi dari *roaster* didinginkan hingga mencapai suhu ruang. Kopi digiling (*grinding*). Hingga 60 mesh. Kopi yang telah menjadi bubuk disimpan sementara pada wadah tertutup.

Tabel 2. Formulasi kopi mix (satuan dalam persen)

Bahan	<i>Light</i>		<i>Medium</i>		<i>Dark</i>	
	A	B	A	B	A	B
Kopi	12,5	12,5	10	20	10	20
Susu	12,5	25	20	10	20	10
Gula	25	12,5	20	20	20	20
Air	50	50	50	50	50	50
Total	100	100	100	100	100	100

Analisis

Sebelum uji sensori dilakukan, panelis diminta untuk menjawab kuesioner yang berhubungan dengan perilaku dan kesukaannya terhadap kopi. Kuesioner terdiri atas 11 pertanyaan dimana 5 pertanyaan mengenai perilaku konsumen terhadap kopi secara umum dan 6 pertanyaan mengenai perilaku konsumen terhadap kopi mix dan uji kuesioner. Kombinasi kopi ini diuji oleh panelis sebanyak 40 orang yang dapat dikelompokkan laki-laki usia 18-30 tahun sebanyak 10 orang, laki-laki usia 30-50 tahun sebanyak 10 orang, wanita usia 18-30 tahun sebanyak 10 orang, wanita usia 30-50 tahun sebanyak 10 orang.

Tabel 1. Susunan Kombinasi antar Perlakuan

Panelis Jenis Kelamin dan Umur		Derajat <i>Roasting</i>					
		Light		Medium		Dark	
		Susu 25% (A)	Susu 50% (B)	Susu 25% (C)	Susu 50% (D)	Susu 25% (E)	Susu 50% (F)
Laki – laki	18 - 30	1A	1B	1C	1D	1E	1F
		2A	2B	2C	2D	2E	2F
		3A	3B	3C	3D	3E	3F
		4A	4B	4C	4D	4E	4F
		5A	5B	5C	5D	5E	5F
		6A	6B	6C	6D	6E	6F
		7A	7B	7C	7D	7E	7F
		8A	8B	8C	8D	8E	8F
		9A	9B	9C	9D	9E	9F
		10A	10B	10C	10D	10E	10F
	30 - 50	11A	11B	11C	11D	11E	11F
		12A	12B	12C	12D	12E	12F
		13A	13B	13C	13D	13E	13F
		14A	14B	14C	14D	14E	14F
		15A	15B	15C	15D	15E	15F
		16A	16B	16C	16D	16E	16F
		17A	17B	17C	17D	17E	17F
		18A	18B	18C	18D	18E	18F
		19A	19B	19C	19D	19E	19F
		20A	20B	20C	20D	20E	20F
Perempuan	18 - 30	21A	21B	21C	21D	21E	21F
		22A	22B	22C	22D	22E	22F
		23A	23B	23C	23D	23E	23F
		24A	24B	24C	24D	24E	24F
		25A	25B	25C	25D	25E	25F
		26A	26B	26C	26D	26E	26F
		27A	27B	27C	27D	27E	27F
		28A	28B	28C	28D	28E	28F
		29A	29B	29C	29D	29E	29F
		30A	30B	30C	30D	30E	30F
	30 - 50	31A	31B	31C	31D	31E	31F
		32A	32B	32C	32D	32E	32F
		33A	33B	33C	33D	33E	33F
		34A	34B	34C	34D	34E	34F
		35A	35B	35C	35D	35E	35F
		36A	36B	36C	36D	36E	36F
		37A	37B	37C	37D	37E	37F
		38A	38B	38C	38D	38E	38F
		39A	39B	39C	39D	39E	39F
		40A	40B	40C	40D	40E	40F

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Usia dan Gender Terhadap Perilaku Konsumen Kopi

Hasil wawancara dan analisis statistik (Tabel 3) menunjukkan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh usia dan gender terutama pada perilakunya dalam mengkonsumsi kopi. Faktor usia berpengaruh terhadap kesukaan terhadap kopi, jenis kopi yang diminum, frekuensi minum kopi setiap hari, dan tempat minum kopi. Hampir sama dengan faktor usia, faktor gender berpengaruh terhadap kesukaan terhadap kopi, jenis kopi yang diminum, frekuensi minum kopi setiap hari, namun tidak berpengaruh terhadap tempat minum kopi. Sementara, waktu minum kopi dipengaruhi oleh interaksi antara faktor usia dan gender. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara perilaku waktu minum kopi pada setiap level usia dan gender.

Tabel 3. Pengaruh usia dan gener terhadap perilaku konsumen kopi

No	Preferensi	Usia	Gender	Gender X usia
1	Kesukaan terhadap kopi	*	**	Ts
2	Jenis kopi yang diminum	*	*	Ts
3	Frekuensi minum kopi	*	*	Ts
4	Waktu minum kopi	Ts	Ts	*
5	Tempat minum kopi	*	Ts	Ts

Pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa faktor usia berpengaruh signifikan dan faktor gender berpengaruh sangat signifikan, sedangkan interaksi antara kedua faktor tersebut tidak signifikan terhadap kesukaan kopi. Pada responden yang berusia 18-25 tahun sebanyak 66% suka, 17% netral, 11% sangat suka dan 6% tidak suka terhadap kopi. Pada responden yang berusia 30-50 tahun sebanyak 57% suka, 23% netral dan 20% sangat suka terhadap kopi. Dari hasil diatas terlihat bahwa usia, muda atau tua, mempengaruhi kesukaan kopi seseorang (Gambar 1).

Gambar 1. Kesukaan meminum kopi berdasarkan faktor usia dan gender

Gambar 1 menjelaskan bahwa yang sangat suka kopi lebih banyak usia tua dari pada yang muda. Gambar 1 juga memperlihatkan bahwa ada beberapa orang muda yang tidak suka kopi. Hal ini diduga karena orang berusia tua sudah terbiasa meminum kopi pada jam kerja atau saat jam istirahat. Sementara orang yang berusia muda belum cukup memiliki ketergantungan terhadap kopi. Umumnya orang muda cenderung meminum kopi pada saat dan tempat tertentu seperti warung kopi, tempat wisata atau tempat nongkrong lainnya.

Gambar 2 menjelaskan gender perempuan lebih mengenal jenis kopi yang diminum dan memilih jenis kopi dibandingkan gender laki-laki. Gender laki-laki ada yang tidak membedakan jenis kopi yang diminum diduga karena sudah terbiasa meminum kopi untuk menyegarkan dan meningkatkan semangat kerja atau membudaya kan saat aktivitas kerja dan pada jam istirahat.

Gambar

2. Jenis kopi yang diminum

Gambar 3 memperlihatkan gender perempuan tidak ada yang meminum kopi lebih dari 3 kali. Gambar 3 juga memperlihatkan gender perempuan tidak membiasakan atau membudayakan kopi. Faktor budaya mempengaruhi perilaku minum kopi Gender, kebiasaan meminum kopi atau ada yang membudaya kan saat aktivitas kerja.

Gambar 3. Frekuensi minum kopi

Ditinjau dari frekuensi konsumsi kopi responden mengonsumsi kopi <5 kali sebanyak 34.4% yang merupakan panelis wanita, sedangkan konsumsi yang lebih dari 16 kali sebanyak 34.4% yang didominasi oleh panelis pria. Perilaku mengonsumsi kopi yang tinggi pada pria berkaitan dengan perilaku lainnya seperti merokok, berkumpul dan bergadang (Rahman dan Permadi, 2011).

Gambar 4 menjelaskan bahwa waktu minum kopi lebih banyak usia muda pada yang tua. Gambar 4 memperlihatkan usia tua lebih biasa menempatkan jam kerja dan istirahat kerja waktu minum kopi. Pada gender yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 50% malam, 20% sore, 20% siang dan 10% minum kopi waktu pagi hari. Pada gender yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 70% pagi, 20% siang, 10% sore dan tidak ada yang menjawab minum kopi pada hari.

Gambar 4. Waktu minum kopi

Gambar 5 menjelaskan bahwa yang sangat suka tempat/lokasi minum kopi lebih banyak usia muda pada yang tua. Gambar 5 memperlihatkan tempat meminum kopi menjadi faktor yang berpengaruh terhadap usia dan gender. Tempat minum kopi memiliki fasilitas dan kenyamanan yang diinginkan oleh konsumen, maka setiap konsumen memiliki tingkat perilaku ditempat tertentu, data lebih lanjut dapat dilihat pada Gambar 5.

Gambar 5. Tempat/lokasi minum kopi

Perilaku Konsumen Terhadap Preferensi Kopi Mix

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh usia, gender maupun interaksi antara usia dan gender terhadap perilaku konsumen terhadap kopi mix. Berdasarkan hasil uji wawancara secara umum semua responden pernah meminum kopi mix, hanya 7% yang selalu membeli kopi mix, selebihnya pernah membeli 74% dan jarang membeli 19%. Merek kopi mix yang paling banyak dibeli secara berturut-turut adalah Nescafe Pass, Top Kopi, Indocaffe dan Kopi Kapal Api.

Tabel 4. Hasil analisis statistik terhadap perilaku konsumen mengkonsumsi kopi *mix*

No	Preferensi	Usia	Gender	Gender X usia
a.	Apakah anda pernah membeli kopi <i>mix</i>	Ts	Ts	Ts
b.	Merek kopi <i>mix</i>	Ts	Ts	Ts
c.	Alasan membeli kopi <i>mix</i>	Ts	Ts	Ts
d.	Alasan tidak membeli kopi <i>mix</i>	Ts	Ts	Ts
e.	Harga kopi <i>mix</i>	Ts	Ts	Ts
f.	Kapan waktu membutuhkan kopi <i>mix</i>	Ts	Ts	Ts

Alasan membeli kopi mix kebanyakan adalah karena praktis (46%) dimana pengkonsumsi tinggal menuangkan kopi ke dalam air panas dan kopi siap untuk diminum. Alasan lain membeli kopi mix adalah karena faktor harganya yang murah (22%). Ada 19% responden yang menjadikan faktor rasa yang enak menjadi alasan untuk membeli kopi mix. Memang kopi mix merupakan campuran kopi, susu dan gula dalam satu paket yang komposisinya sudah tetap dan sesuai dengan selera masing-masing pelanggannya. Ada 15% persen responden yang membeli karena kopi mix mudah diperoleh. Jika dilihat di pasar, maka kopi mix dapat dibeli diberbagai warung kecil dan besar bahkan di supermarket. Alasan konsumen tidak membeli kopi *mix* sebagian besarnya 68% kurang terasa, 32% kurang enak selebihnya alergi dan tidak suka 0%. Harga sebagian besar, 36% Rp2500, 29% Rp2000 dan 21% Rp1.500 selebihnya 14% Rp1000. Sebagian besar konsumen memilih lokasi meminum kopi 33% di rumah, 21% di kantor, dan 18% dalam perjalanan, hanya 10% ditempat wisata, selebihnya 18% ditempat lainnya.

Pengaruh Derajat Roasting dan Susu Terhadap Preferensi Konsumen Kopi Mix

Evaluasi organoleptik produksi kopi pabrikan biasanya secara tradisional bergantung pada indera manusia. Namun, indera manusia biasanya tidak stabil, tergantung kondisi fisik atau mental yang bersangkutan pada saat itu, dan hanya ukuran kualitatif yang bisabditetapkan. Untuk memungkinkan evaluasi rasa produksi kopi dengan kehandalan tinggi yang kontinu, sistem sensor elektronik yang menghasilkan pengukuran obyektif bisa digunakan (Gopel, 1989). Salah satu alat yang bisa digunakan adalah *Electronic Nose* (Hidung Elektronik) untuk identifikasi aroma. Dengan penggunaan alat tersebut didapatkan hasil evaluasi kualitas kopi yang lebih valid.

Dari uji organoleptik rasa, aroma, dan warna didapatkan nilai sidik ragam tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap gender dan usia. Kemudian pada overall juga tidak ada pengaruh yang signifikan. Semua faktor derajat roasting tidak berpengaruh terhadap nilai dari organoleptik kopi mix. Nilai rata-rata yang didapatkan dari organoleptik yaitu warna (3,7 ligh, 3,4 medium, 3,5 dark), rasa (3,4 ligh, 3,5 medium, 3,3 dark), aroma (3,5 ligh, 3,4 medium, 3,3 dark), overall (3,3 ligh 3,4 medium, 3,3 dark). Uji lanjut nya formulasi $\frac{1}{4}$ tidak berbeda jauh, laki-laki perempuan hampir sama nilai. Interaksinya juga hampir sama, tidak ada dilakukan uji lanjut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dari ke 12 formulasi sehingga tidak ada pengaruh terhadap preferensi konsumen, disebabkan oleh semua formulasi menyerupai kopi mix instan yang beredar dipasaran. Dari data organoleptik dapat dilihat bahwa derajat roasting juga tidak mempengaruhi nilai sensori dari panelis sehingga data yang didapatkan tidak jauh berbeda. Selain itu, untuk mendapatkan pengaruh formulasi yang signifikan seharusnya perlu ada pembandingan seperti kopi mix instan yang ada dipasaran sehingga didapatkan formulasi terbaik dari preferensi konsumen. Kopi mix dipasaran sebagian besar menggunakan jenis kopi robusta namun sedikit yang menggunakan arabika sehingga mempengaruhi formulasi, karena panelis biasanya meminum kopi mix dari jenis kopi robusta yang beredar dipasaran.

Selain aroma, rasa juga berperan dalam menentukan kualitas seduhan kopi yang pengukurannya menggunakan indera pengecap. Rasa yang dihasilkan berasal dari senyawa organik non-volatil dan mineral dalam fase cair yang bisa dirasakan oleh indera pengecap (Mulato dan Suharyanto, 2012). Kopi robusta dengan campuran robusta-arabika 1:1 memberikan rasa yang tidak berbeda nyata dengan 1:0, namun berbeda nyata untuk kopi campuran 2:1 dan 3:1. Campuran kopi 1:0, 1:1 dan 2:1 cenderung lebih tidak disukai oleh panelis. Sedangkan kopi campuran 3:1 memberikan rerata dibawah 3 yaitu 2.81 yang menunjukkan responden lebih menyukai campuran kopi tersebut.

Perubahan keasaman pada kopi merupakan atribut yang sangat penting karena tingkat keasaman kopi tertentu menandakan varian citarasa dalam kopi. Dari uji statistik, tidak ada perbedaan keasaman yang dirasakan responden terhadap keempat formulasi kopi yang disajikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Perilaku konsumen kopi dipengaruhi oleh usia dan gender. Sementara, tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pengaruh usia dan gender terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi kopi mix. Kebanyakan konsumen membeli kopi mix yang ada di pasaran dengan alasan penyiapan kopi yang praktis untuk diminum di rumah ataupun di kantor. Namun kebanyakan konsumen menyampaikan bahwa kopi mix yang tersedia di pasaran perlu ditingkatkan kualitasnya agar lebih terasa kopinya.

Dalam pembuatan kopi mix dengan kombinasi perlakuan antara derajat roasting dan jumlah susu, pengaruh perlakuan terhadap preferensi konsumen terhadap warna, rasa, aroma dan overall tidak signifikan. Berbagai faktor selama pengujian sensoris, mungkin menjadi penyebab terhadap penilaian panelis sehingga panelis gagal membedakan pengaruh perlakuan antara formulasi kopi mix.

Saran

Penelitian terhadap formulasi kopi mix disarankan untuk lebih disempurnakan terutama pada saat pengujian organoleptik dimana jumlah sampel uji tidak terlalu banyak, temperatur masing-masing sampel harus seragam dan antara satu sampel dengan sampel lainnya pada saat pengujian harus dinetralkan terlebih dahulu dengan air putih atau biskuit.

DAFTARPUSTAKA

- Armada, N. 2008. Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen Kopi Bubuk Instan (Kasus di Giant Botani Square, Bogor). [Skripsi]. Institut Pertanian Bogor.
- BSN. 2004. Kopi Bubuk-SNI 01-3542-2004. Badan Standardisasi Nasional, Jakarta
- Burnett, J. 1999. *Liquid Pleasures: A Social History of Drinks in Modern Britain*. Routledge, London.
- Busono, E. dan Luqmanulhaqim. 2014. Mengenal dan Membuat Sendiri Berbagai Menu Kopi Internasional. Koperasi Nukita, Bandung.
- Duarte, S.M. da S., Abreau, C.M.P. de, Menezes, H.C. de, Santos, M.H. dos, Gouvea, C.M.C.P., 2005. *Effect Of Processing And Roasting On The Antioxidant Activity Of Coffee Brews. Ciênc Tecnol Aliment Camp*. 25: 387–393.
- Fardiaz, Srikandi, Ratih Dewanti, Slamet Sudijanto. 1987. Risalah Seminar; Bahan Tambahan Kimiawi (*Food Additive*). Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Farhaty, N. dan Muchtaridi. 2017. Tinjauan Kimia dan Aspek Farmakologi Senyawa Asam Klorogenat pada Biji Kopi Arabika: Review. *Farmaka* 4(3): 1-19.
- Gardjito, M. dan D. Rahadian. 2011. Kopi. Kanisius, Yogyakarta.
- Gaspersz, Vincent. 2014 Manajemen Produktifitas Total. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Gopel, W., Hesse, J., Zemel, J.N., (1989). *Sensors: A Comprehensive Survey*, VCH Verlagsgesellschaft
- Hecimovic, I., Belcak-Cvitanovic, A., Horzic, D., Komes, D., 2011. Comparative study of polyphenols and caffeine in different coffee varieties affected by the degree of roasting. *Food Chem*. 129: 991–1000.
- Hendra Budiman. 2003. Nutrisi pada Usia Lanjut. *Majalah Kedokteran Atma Jaya* 2(1): 51-54.