

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kopi merupakan tanaman perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi (Lampiran 1). Buah kopi dapat diolah menjadi bahan minuman dengan beberapa kategori. Siswoputranto (1993) mengatakan biji kopi dapat menjadi bahan baku untuk menghasilkan kopi yang dapat dikonsumsi seperti kopi bubuk lepas, kopi sangrai (*roasted coffee*), kopi bubuk dalam kemasan (*powdered coffee* atau *ground coffee*) dan kopi instan (*instant coffee*).

Indonesia merupakan negara produsen kopi keempat terbesar di dunia setelah Brazil, Vietnam dan Colombia. Dari total produksi, sekitar 67% kopinya diekspor dan 33% untuk memenuhi kebutuhan di dalam negeri. Tingkat konsumsi kopi di Indonesia cukup tinggi. Kementerian Perindustrian (2016) mengatakan selama 10 tahun terakhir, konsumsi kopi nasional tumbuh 10% per tahun sementara pertumbuhan konsumsi kopi dunia hanya 2,5%. Kementerian pertanian juga mencatat konsumsi kopi 2 kali hingga 3 kali lipat lebih banyak dibanding kelompok bahan minuman lain seperti coklat bubuk ataupun teh (Lampiran 2)

Berbagai produk yang dihasilkan oleh industri kopi pada dasarnya adalah berupa kopi bubuk dan kopi instan. Produksi kopi bubuk di Indonesia diperkirakan telah mencapai 150.000 ton, sedangkan untuk kopi instan dan turunannya telah mencapai 20.000 ton dan ekspor kopi bubuk mencapai 3000 ton per tahun. Kopi instan disebut dengan kopi cepat saji, berasal dari biji kopi yang telah melalui tahap pengeringan dan ekstraksi. Kopi instan pada umumnya diproduksi untuk tujuan komersial, baik melalui pengeringan beku atau pengeringan semprot, dan setelah itu bisa direhidrasi (Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia, 2016).

Tingginya tingkat konsumsi kopi seolah menjadi trend atau gaya hidup pada masyarakat yang mengonsumsi kopi tersebut. Gaya hidup termasuk faktor pribadi, selain usia, situasi ekonomi dan konsep diri yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan pembelian. Gaya hidup mempengaruhi seseorang atau konsumen dalam memakai atau menggunakan suatu produk. Menurut Vidyavathi (2012) era liberalisasi, privatisasi, dan globalisasi telah membawa

perubahan dalam kehidupan masyarakat dan gaya hidup orang-orang. Menurut pendapat Nugraheni (2003) gaya hidup seseorang dapat dilihat atau diidentifikasi dari perilaku orang tersebut, misalnya kegiatan-kegiatan mereka dalam pengambilan keputusan, cara mendapatkan barang atau jasa dan mempergunakan sesuatu barang atau jasa tersebut. Lebih lanjut Armstrong mengatakan bahwa gaya hidup seseorang dipengaruhi 2 faktor yaitu faktor yang berasal dari luar (eksternal) dan faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan. Gaya hidup seseorang juga terbentuk berdasarkan pengalaman, karakteristik individu, dan kedudukan atau jabatan yang memengaruhi semua aspek perilaku terhadap apa yang dikonsumsi.

Perbedaan gaya hidup setiap individu dan perilaku konsumsi yang mereka munculkan serta tingginya tingkat konsumsi juga menimbulkan persepsi sendiri dari dalam diri masyarakat, termasuk persepsi mereka terhadap risiko. Persepsi risiko termasuk faktor psikologi yang juga mempengaruhi seseorang dalam mengonsumsi suatu barang atau jasa. Persepsi sering kali memengaruhi konsumen dalam mengonsumsi barang atau jasa. Menurut Testa *et al* dalam Anggitania (2016) persepsi adalah proses penerimaan rangsangan oleh reseptor tubuh yang kemudian diartikan oleh struktur saraf, tetapi sangat dipengaruhi oleh budaya dan pengalaman sebelumnya. Apabila konsumen memiliki pengetahuan bahwa produk yang akan dibeli memiliki risiko yang tinggi terhadap dirinya, biasanya konsumen tidak akan membeli produk tersebut. Persepsi risiko ini juga didefinisikan sebagai konsekuensi dari ketidakpastian yang merugikan konsumen setelah mereka membeli barang atau jasa.

Persepsi risiko juga diartikan sebagai penilaian seseorang terhadap kemungkinan dari sebuah kejadian dan seberapa khawatir individu dengan konsekuensi, risiko atau dampak yang ditimbulkan oleh kejadian tersebut. Suresh dan Shashikala (2011) memaparkan bahwa persepsi konsumen terhadap risiko cukup bervariasi yaitu tergantung pada situasi belanja, dan budaya serta kategori produk. Dalam mengonsumsi kopi banyak pula persepsi yang timbul dalam diri setiap konsumennya terkait dengan ancaman yang timbul pada saat mereka mengonsumsi kopi tersebut, baik dari segi psikologis, kesehatan juga keuangan.

Adanya gaya hidup ini dan persepsi risiko terkait konsumsi kopi ini mendorong peneliti untuk melakukan penelitian mengenai hubungan gaya hidup dan persepsi risiko terhadap perilaku konsumsi kopi instan.

B. Rumusan Masalah

Meningkatnya jumlah cafe atau kedai kopi di Kota Padang mengakibatkan jumlah konsumen kopi juga ikut meningkat (Lampiran 3 dan 4). Selain meningkatnya jumlah kedai kopi, adanya *trend* minum kopi ini juga menjadi bagian dalam peningkatan jumlah konsumen kopi di Indonesia. Konsumsi kopi ini tidak terlepas dari *trend* di kalangan pelajar maupun mahasiswa Indonesia untuk memberikan stimulasi, menambah energi, dan menghilangkan kantuk saat belajar atau menjelang ujian (Liveina dan Artini, IGA 2014). Berdasarkan hasil penelitian Lestari *et al.* (2009) yang mengatakan bahwa mahasiswa atau pelajar cenderung memilih jenis kopi campuran dengan gula, dengan susu, maupun dengan creamer atau kopi instan. Mahasiswa cenderung menyukai kopi instan selain kepraktisan dan mudah didapatkan kopi instan tentunya juga memiliki harga yang terjangkau jika dibandingkan kopi di *coffee shop*. Ada beberapa alasan mahasiswa dalam mengkonsumsi kopi (Tabel 1).

Tabel 1. Alasan mahasiswa mengkonsumsi kopi

Alasan	%
Kurang tidur pada malam sebelumnya	9,5
Kebiasaan atau untuk menambah energi	7,1
Menjelang ujian atau menyelesaikan tugas	55,2
Rekreasi	25,3
Lain-lain	2,9
Total	100

Sumber: Liveina dan Artini, IGA (2014).

Berdasarkan alasan tersebut dapat dilihat bahwa alasan mahasiswa dalam mengkonsumsi kopi adalah untuk menemani belajar atau menyelesaikan tugas dan menjelang ujian. Karena dengan anggapan mengkonsumsi kopi akan meminimalisir kantuk saat belajar.

Dalam mengkonsumsi barang atau jasa, gaya hidup tentu menjadi salah satu faktor yang memengaruhi konsumen. Herlyana (2012) menjelaskan bahwa

konsumsi kopi didorong oleh kebutuhan karena telah menjadi kebiasaan rutin dan gaya hidup. Saat ini konsumen yang mengkonsumsi kopi lebih mengejar gaya hidup baik dari segi praktis, harga serta mengikuti perkembangan gaya hidup modern yang dikenal dengan gaya hidup minum kopi. Meminum kopi pada mahasiswa ini awalnya merupakan aktivitas untuk mengisi waktu luang mereka untuk melepas kepenatan dari rutinitas kampus yang melelahkan. Mengkonsumsi kopi juga berguna untuk menenangkan dan menyegarkan kembali pikiran mereka dengan pergi ke kedai kopi atau sekedar minum kopi setelah penat dengan segala aktivitas perkuliahan seharian. Perubahan gaya hidup di kalangan mahasiswa tersebut belakangan ini sedikit banyak juga membawa perubahan dalam sisi kepraktisan. Terlebih dalam kondisi dimana mahasiswa kebanyakan lebih mementingkan sisi kemudahan, kepraktisan yang menghemat waktu dalam mengonsumsi suatu produk. Karena faktor inilah kopi instan atau kopi cepat saji secara perlahan mulai menggeser kopi bubuk lokal. Mahasiswa lebih memilih kopi bubuk instan dalam kemasan karena dinilai praktis, mudah didapat, dan harga yang terjangkau, hal ini sejalan penelitian Satyajaya (2014) yang mengatakan bahwa gaya hidup berkaitan dengan memilih konsumsi kopi sachet karena memenuhi kebutuhan gaya hidup praktis yang diinginkan konsumen.

Gaya hidup individu yang berbeda akan menghasilkan perilaku konsumsi yang berbeda terhadap produk yang sama. Selain gaya hidup, persepsi risiko juga mempengaruhi konsumen dalam mengonsumsi kopi. Mengonsumsi kopi dapat memberikan beberapa efek samping diantaranya yaitu hipertensi, sulit tidur, stroke, diabetes dan lainnya. Selain dampak fisik mengonsumsi kopi juga berdampak pada psikologis para penikmatnya mulai dari gelisah hingga ketergantungan. Penelitian yang dilakukan oleh Hamni et al. (2013) didapatkan hasil bahwa minum kopi ternyata dapat meningkatkan risiko terkena stroke. Nehlig (2003) mengatakan bahwa mengonsumsi kopi dengan dosis kafein yang tinggi dapat menyebabkan kecemasan, gelisah, insomnia, dan takikardia. Dari berbagai risiko yang ada hanya beberapa orang yang mengetahui dampak positif dan dampak negatif dalam mengonsumsi kopi tersebut (Demura et al. 2013).

Penelitian ini ingin mengetahui hubungan gaya hidup dan persepsi risiko dengan perilaku konsumsi kopi instan pada mahasiswa Fakultas Pertanian

Universitas Andalas sebagai representatif dari mahasiswa pada umumnya. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka rumusan permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas yang mengonsumsi kopi instan ?
2. Bagaimana gaya hidup dan persepsi risiko pada mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas yang mengonsumsi kopi instan?
3. Bagaimana hubungan gaya hidup dan persepsi risiko mahasiswa Fakultas Pertanian dengan perilaku konsumsi kopi instan?

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang dikemukakan maka penelitian ini diberi judul “**Hubungan Gaya Hidup dan Persepsi Risiko dengan Perilaku Konsumsi Kopi Instan pada Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas**”

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi karakteristik mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas yang mengonsumsi kopi instan.
2. Mengidentifikasi gaya hidup, persepsi risiko dan perilaku konsumsi kopi instan pada mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas.
3. Menganalisis hubungan gaya hidup dengan perilaku konsumsi kopi instan pada mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas.
4. Menganalisis hubungan persepsi risiko dengan perilaku konsumsi pada mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis adalah untuk menambah ilmu pengetahuan khususnya di bidang perilaku konsumen.
2. Bagi konsumen, penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber informasi mengenai gaya hidup dan persepsi risiko yang memengaruhi seseorang mengonsumsi kopi, khususnya kopi instan, serta diharapkan konsumen

menyadari dampak dan dapat dijadikan konsumen sebagai bahan pertimbangan sebelum mengkonsumsi kopi instan.

3. Bagi akademisi hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai sumbangan ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan referensi pengembangan penelitian selanjutnya



