

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Kopi pertama kali hanya ada di Ethiopia. Biji-bijian asli ditanam oleh orang Ethiopia dataran tinggi. Bangsa Ethiopia yang membawa tanaman kopi ke negeri Arab. Tanaman kopi di Arab mulai ditanam dan dijual hingga meluas ke Afrika Utara. Setelah ditanam secara massal, dari Afrika Utara inilah biji kopi meluas dari Asia sampai Eropa. Ketenarannya sebagai minuman menyebar melalui pelancong, pedagang dan penjajah ke seluruh dunia. Kopi masuk ke Indonesia pada abad ke-17 saat Indonesia masih berada di bawah jajahan Belanda, VOC yang membawa tanaman kopi ke dalam negara. Biji kopi pertama kali di tanam di Batavia sampai daerah Bogor dan Sukabumi. Minat pasar kopi yang semakin tinggi menjadikan berdirinya perkebunan kopi di Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, daerah di Sumatra, dan daerah di Sulawesi (Hans Rooseboom, 2014).

Indonesia menjadikan kopi sebagai andalan dengan potensi komoditas pertanian berlimpah. Sebagai negara agraris, komoditas pertanian tentunya menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Selain itu, komoditas pertanian Indonesia tidak hanya diperdagangkan di pasar domestik, tapi juga di pasar internasional atau dikenal sebagai ekspor. Kegiatan ekspor tentu saja meningkatkan penerimaan negara. Berdasarkan data dari Direktorat Jenderal Perkebunan Indonesia (2018), sebanyak 67% dari total produksi kopi Indonesia dipasarkan untuk tujuan ekspor, sedangkan 33% untuk memenuhi kebutuhan kopi dalam negeri. FAOSTAT (2016) menyebutkan bahwa Indonesia sebagai negara penghasil kopi terbesar ke-empat di dunia pada tahun 2015, dibawah Brazil, Vietnam, dan Kolombia. Hal tersebut mempengaruhi tingkat konsumsi kopi di Indonesia yang semakin bertambah tiap tahunnya dilihat dari data AEKI (Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia) sejak tahun 2010 hingga 2016 yang dapat dilihat pada tabel 1.1.

**Table 1.1.**  
**Konsumsi Kopi Indonesia**

<b>NO.</b>	<b>TAHUN</b>	<b>JUMLAH PENDUDUK (JIWA)</b>	<b>KEBUTUHAN KOPI (KILOGRAM)</b>	<b>KONSUMSI KOPI (KG/KAPITA/TAHUN)</b>
<b>1.</b>	<b>2010</b>	<b>237.000.000</b>	<b>190.000.000</b>	<b>0.80</b>
<b>2.</b>	<b>2011</b>	<b>241.000.000</b>	<b>210.000.000</b>	<b>0.87</b>

Dissy Hilmina, 2020

*ANALISIS TINGKAT PENGETAHUAN DASAR KOPI TERHADAP POTENSI BISNIS KOPI DI KOTA BANDUNG (PENELITIAN TERHADAP GENERASI MILENIAL)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.	2012	245.000.000	230.000.000	0.94
4.	2013**	249.000.000	250.000.000	1.00
5.	2014**	253.000.000	260.000.000	1.03
6.	2015**	257.000.000	280.000.000	1.09
7.	2016**	260.000.000	300.000.000	1.15

Sumber: AEKI (Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia) estimate.

Ket: (\*\*) estimasi

Konsumsi kopi Indonesia pada tahun 2010 sebanyak 800 gram/kapita/tahun dengan total kebutuhan kopi sebanyak 190 juta kilogram untuk 237 juta jiwa. Sedangkan di tahun 2016 konsumsi kopi Indonesia meningkat hingga 1.150 gram/kapita/tahun dengan total kebutuhan kopi sebanyak 300 juta kilogram untuk 260 juta jiwa.

Kopi di Indonesia umumnya berjenis Arabika dan Robusta. Menurut Raharjo (2012), arabika dan robusta adalah jenis kopi yang dikenal memiliki nilai ekonomis dan diperdagangkan secara luas. Luas lahan perkebunan kopi di Indonesia mencapai 1,3 juta hektar dengan luas lahan perkebunan robusta 1 juta hektar dan luas lahan perkebunan arabika mencapai 0,30 juta hektar. Jenis kopi arabika memiliki kualitas rasa yang lebih bervariasi dan kadar kafein yang rendah. Sedangkan kopi robusta memiliki rasa yang lebih pahit karena kadar kafeinnya lebih tinggi. Sehingga kopi jenis arabika memiliki harga yang lebih mahal. Berikut perbandingan jenis kopi arabika dan robusta pada tabel 1.2.

**Tabel 1.2.**

**Perbandingan Jenis Kopi Arabika dan Robusta**

	Arabika	Robusta
<b>Sifat Tanaman</b>	Adaptif dengan lingkungan dan menangkap intisari mineral dalam tanah	Tidak seadaptif arabika
<b>Kekuatan</b>	Lemah pada penyakit dan harus dirawat dengan teliti	Kuat terhadap penyakit dan perawatannya lebih mudah
<b>Rasa</b>	Lebih bervariasi dan kaya tergantung dari jenis tanah tempat dia ditanam	Lebih pahit karena tingkat kafein yang lebih tinggi dari arabika

Sumber : Dimensi, Vol.13-No.2, Februari 2017

Bagi pecintanya, kopi merupakan *dopping* yang tidak membahayakan. Akibat dari meningkatnya konsumsi kopi di Indonesia, kini kopi mulai menjadi gaya hidup masyarakat, mulai banyak variasi kopi dan memudahkan masyarakat untuk memilih minuman kopi

Dissy Hilmina, 2020

**ANALISIS TINGKAT PENGETAHUAN DASAR KOPI TERHADAP POTENSI BISNIS KOPI DI KOTA BANDUNG (PENELITIAN TERHADAP GENERASI MILENIAL)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

untuk dikonsumsi. Kopi juga telah menjadi minuman pilihan untuk mendampingi aktivitas sehari-hari. Berdasarkan jenisnya, kopi dibedakan menjadi dua jenis yaitu kopi tubruk dan kopi instan. Kopi tubruk merupakan minuman kopi yang dibuat dengan mendidihkan biji kopi yang telah dihaluskan, saat diseduh minuman kopi tersebut juga meninggalkan ampas, sedangkan kopi instan dapat berupa campuran kopi, gula dan susu, yang melalui proses granulasi terlebih dahulu kemudian dikemas dengan aluminium foil, toples, maupun botol. Dalam penyajiannya kopi instan tidak meninggalkan ampas (Dini, 2010).

Kopi yang banyak dikonsumsi oleh rumah tangga adalah kopi instan, karena lebih murah, mudah disajikan, dan lebih mudah didapatkan dibandingkan dengan kopi tubruk. Kopi instan juga dirasa cukup memberikan cita rasa khas tersendiri. Sedangkan kopi tubruk harganya sedikit lebih mahal, memiliki ampas, dan memiliki rasa yang lebih kuat. Dengan terus berkembangnya industri kopi, banyak produsen kopi kini berlomba-lomba membuka kedai kopi untuk membuat pengetahuan anak muda tentang kopi lebih baik dibandingkan generasi sebelumnya. Generasi anak muda masa kini yang sering disebut generasi milenial semakin akrab dengan alat-alat seduh manual terkini seperti *V60*, *aeropress*, *french press*, *pour over*, dan sebagainya.

Menurut Adhi Prakoso (2019), saat ini kopi telah memasuki era *third wave coffee* (kopi gelombang tiga). Pada gelombang pertama ditandai dengan munculnya industrialisasi kopi dan kemunculan kopi instan pada era ini. Gelombang kedua ditandai dengan kehadiran kedai kopi yang memperkenalkan minuman kopi dengan kreativitas tinggi sehingga menarik minat anak muda. Jaringan kedai kopi seperti *Starbucks* dari Amerika Serikat membuka ratusan cabang di penjuru dunia. Gelombang ketiga merupakan era saat ini yang ditandai dengan gerakan bahwa kopi seharusnya diapresiasi layaknya seni. Konsumen kopi pada era ini terlihat lebih peduli pada asal usul kopi dari petani penanamnya hingga penyajian kopi dengan peralatan canggih. Perkembangan ini didukung dengan banyaknya tawaran kerja penuh waktu maupun paruh waktu menjadi barista di kedai kopi di kota-kota besar Indonesia seperti Bandung. Untuk menjadi barista tentunya dibutuhkan pengetahuan dasar kopi yang mampu menunjang kemampuan generasi milenial saat ini yang ingin fokus pada industri kopi.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengetahuan dasar kopi pada generasi anak muda masa kini. Penelitian ini akan berfokus pada variabel pengetahuan dasar yang mungkin akan memengaruhi cara menikmati kopi hingga cara memproduksi kopi sendiri. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tingkat pengetahuan dasar kopi yang berpengaruh pada

Dissy Hilmina, 2020

**ANALISIS TINGKAT PENGETAHUAN DASAR KOPI TERHADAP POTENSI BISNIS KOPI DI KOTA BANDUNG (PENELITIAN TERHADAP GENERASI MILENIAL)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

potensi bisnis generasi milenial dan menyajikan dalam suatu karya ilmiah yang berjudul; ***“Analisis Tingkat Pengetahuan Dasar Kopi terhadap Potensi Bisnis Kopi di Kota Bandung (Penelitian terhadap Generasi Milenial)”***.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan yang diuraikan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat pengetahuan dasar kopi pada generasi milenial di Kota Bandung?
2. Bagaimana pengetahuan tentang kopi dapat memengaruhi potensi bisnis pengusaha *coffee shop* generasi milenial di Kota Bandung?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. menganalisis tingkat pengetahuan dasar kopi pada generasi milenial di Kota Bandung.
2. menganalisis pengetahuan tentang kopi yang dapat memengaruhi potensi bisnis pengusaha *coffee shop* generasi milenial di Kota Bandung.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan menambah wawasan khususnya bagi para penikmat kopi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya sehingga penelitian dapat dikembangkan menjadi peluang bisnis dan meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya produsen dan petani kopi.