

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tanaman kopi pertama kali ditanam di Indonesia oleh pemerintah Hindia Belanda pada tahun 1699 karena Indonesia beriklim tropis serta memiliki tingkat curah hujan yang cukup tinggi, sehingga banyak tanaman dapat tumbuh dengan subur, termasuk tanaman kopi (Raharjo, 2012). Banyak tanaman kopi yang berhasil dibudidayakan di Indonesia lalu diteliti ke Belanda pada tahun 1706. Hal tersebut membuat seluruh perkebunan mengembangkan bibit tanaman kopi di Indonesia seperti di daerah Jawa Tengah, Jawa Timur, Sumatera, Sulawesi, Flores, Bali dan pulau-pulau lainnya (Afriliana, 2018).

Perkebunan kopi di Indonesia merupakan salah satu kegiatan dari hasil sub sektor pertanian yang paling diminati. Komoditas kopi dianggap menarik selain karena peminatannya yang tinggi, bagi banyak negara berkembang komoditas ini juga memiliki pengaruh sebagai sumber pendapatan bagi negara non-migas. Ditambah, perkebunan kopi juga menciptakan lapangan kerja dan sumber pendapatan masyarakat (Izzah, 2020). Dalam skala global, Indonesia menduduki peringkat ke empat terbesar di dunia setelah Brazil, Vietnam, dan Colombia. Dikaji dari sisi sejarah, perkembangan kopi di Indonesia sudah ada sejak awal tahun 1900an. Sehingga, minuman kopi pun berkembang dimasyarakat. Lambat-laun setelah peningkatan taraf hidup dan pergeseran gaya hidup di masyarakat khususnya perkotaan di Indonesia menjadikan gaya hidup pola konsumsi terjadi pergeseran (Cen & Faisal, 2021)

Konsumsi adalah suatu kegiatan yang sudah pasti dilakukan oleh semua manusia yang hidup. Seseorang dalam kegiatan konsumsinya pasti melakukan penganggaran dari pendapatannya terlebih dahulu. Perilaku dalam mengalokasi pendapatan yang dilakukan oleh masyarakat dalam memenuhi kebutuhan konsumsi dan keinginan untuk berkonsumsi sering disebut sebagai perilaku konsumsi. masyarakat melakukan konsumsi karena memiliki kebutuhan dalam hidupnya. Bentuk dari kebutuhan konsumsi di masyarakat tidak hanya berbentuk makanan tetapi juga dalam bentuk minuman seperti kopi. Kebutuhan masyarakat akan konsumsi kopi memperlihatkan perkembangan yang terjadi sebagai akibat dari perubahan gaya hidup dan perilaku konsumsi masyarakat (Alfita, 2014).

Tabel 1.1 Perkembangan Konsumsi Kopi Per Kapita, Tahun 2010-2021

Tahun	Konsumsi Kopi (KG/Kapita/Tahun)
2010	1.2879
2011	1.3661
2012	1.0637
2013	1.3714
2014	1.3474
2015	0.8959
2016	0.8708
2017	0.7978
2018	0.8021
2019	0.7947
2020	0.7980
2021	0.8758

Sumber : Outlook Kopi

Berdasarkan pusdatin Kementerian Pertanian (2022) konsumsi kopi pada periode tahun 2010-2021, konsumsi kopi per kapita cenderung mengalami peningkatan 1,52% per tahun. Pada tahun 2010, konsumsi kopi per kapita sebesar 1,2879 kg/kapita/tahun, tahun 2013 meningkat menjadi 1,3714 kg/kapita/tahun, dan kemudian mengalami penurunan hingga 0,8758 kg/kapita/tahun tahun 2021. Peningkatan tertinggi selama kurun waktu 2010-2021 terjadi pada tahun 2013

yaitu sebesar 28,92% (dari 1,0637 pada tahun 2012 menjadi 1,3714 di tahun 2013). Sedangkan penurunan konsumsi kopi tertinggi terjadi di tahun 2015 sebesar 33,51%, dari 1,3474 kg/kapita/tahun di tahun 2014 menjadi 0,8959 kg/kapita/tahun di tahun 2015. Data selama sepuluh tahun terakhir menunjukkan bahwa konsumsi kopi bubuk menurun rata-rata sebesar 0,86% per tahun (Susan

Tingkat konsumsi pada setiap masyarakat pada ujungnya akan berdampak pada keadaan dan kondisi ekonomi mikro maupun ekonomi makro. Perubahan pola gaya hidup masyarakat mengikuti seberapa besar pengaruh pendapatan masyarakat yang diterimanya dari hasil usaha yang mereka lakukan. Hal ini sangat dipengaruhi oleh faktor tingkat pendapatan yang dihasilkan oleh masyarakat tersebut, dimana tinggi dan rendahnya tingkat pendapatan yang dihasilkan pada setiap manusia maka akan berpengaruh pada pergeseran yang mengisarkan naik turunnya tingkat pengeluaran konsumsi. Biasanya semakin bertambah penerimaan atas imbalan yang diperoleh yang disebut dengan penghasilan maka pengeluaran konsumsi juga ikut meningkat demi memenuhi kebutuhan makanan maupun non makanan. Oleh karena itu, perubahan dari tingkat pendapatan seseorang akan berpengaruh pada tingkat konsumsinya pula dengan demikian, pola pengeluaran konsumsi dapat digunakan sebagai tolak ukur dalam memperkirakan dan menilai tingkat kesejahteraan setiap daerah (Ariska, 2019)

Selain itu, faktor lain yang dapat mempengaruhi tingkat konsumsi adalah jumlah penduduk. Jumlah penduduk yang besar di suatu negara, termasuk Indonesia, memiliki dampak signifikan terhadap pola konsumsi. Seiring bertambahnya jumlah penduduk, konsumsi kopi per kapita cenderung meningkat,

terutama karena kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup banyak masyarakat. Hal ini terutama terlihat pada generasi muda dan kelas menengah yang semakin berkembang, di mana mereka menjadikan kopi bukan hanya sebagai kebutuhan, tetapi juga sebagai bagian dari identitas sosial dan budaya mereka. Pertumbuhan jumlah penduduk yang pesat menyebabkan meningkatnya permintaan terhadap produk-produk tertentu, termasuk kopi. Dengan semakin banyaknya individu yang tinggal di suatu wilayah, otomatis kebutuhan akan konsumsi kopi, akan mengalami lonjakan. Kebutuhan ini tidak hanya mencakup konsumsi rumah tangga, tetapi juga konsumsi di tempat-tempat umum, seperti kafe, restoran, atau kedai kopi, yang semakin menjamur di kota-kota besar. Hal ini menggambarkan bagaimana konsumsi kopi di Indonesia bukan hanya terkait dengan kebutuhan dasar, tetapi juga dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin modern. (Larasati dll, 2023).

Harga kopi juga memiliki peran penting dalam menentukan tingkat konsumsi di masyarakat. Jika harga kopi meningkat, maka konsumsi kopi cenderung menurun karena menjadi kurang terjangkau bagi sebagian masyarakat. Di sisi lain, apabila harga kopi mengalami penurunan, hal ini dapat memberikan dampak positif bagi konsumsi kopi. Harga yang lebih rendah memungkinkan lebih banyak orang untuk membeli kopi, baik untuk konsumsi pribadi di rumah maupun untuk dinikmati di kafe atau kedai kopi. Penurunan harga juga dapat merangsang permintaan yang lebih besar, karena konsumen merasa bahwa kopi menjadi lebih terjangkau dan lebih banyak pilihan yang tersedia. Oleh karena itu, kestabilan harga kopi menjadi faktor penting dalam menjaga keseimbangan konsumsi kopi di pasar domestik. (Sahat Dll, 2016).

Pendapatan perkapita juga memainkan peran penting dalam konsumsi kopi di wilayah Indonesia. Semakin tinggi pendapatan per kapita suatu negara, cenderung semakin tinggi juga konsumsi kopi per kapita di negara tersebut. Kenaikan pendapatan masyarakat berarti masyarakat memiliki daya beli yang lebih besar, sehingga konsumsi kopi dapat meningkat. Selain itu, tingkat pendapatan per kapita yang tinggi juga dapat mencerminkan tingkat perkotaan dan kemajuan ekonomi suatu negara, yang berkontribusi pada popularitas dan ketersediaan kedai kopi dan tempat-tempat nongkrong lainnya yang menyajikan kopi.

Penelitian ini mengenai hubungan antara faktor-faktor ini dapat memberikan wawasan lebih mendalam mengenai tren konsumsi kopi di Indonesia dan membantu perencanaan strategi dalam pengembangan industri kopi serta kebijakan yang berkaitan dengan konsumsi kopi di masa depan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Jumlah Penduduk berpengaruh secara signifikan terhadap Konsumsi Kopi Perkapita di Indonesia?
2. Apakah Harga Kopi berpengaruh secara signifikan terhadap Konsumsi Kopi Perkapita di Indonesia?
3. Apakah Pendapatan Perkapita berpengaruh secara signifikan terhadap Konsumsi Kopi Perkapita di Indonesia?
4. Apakah Jumlah Penduduk, Harga Kopi, Pendapatan Perkapita berpengaruh secara signifikan terhadap Konsumsi Kopi Perkapita di Indonesia.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Jumlah Penduduk terhadap Konsumsi Kopi Perkapita di Indonesia.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Harga Kopi terhadap Konsumsi Kopi Perkapita di Indonesia.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Pendapatan Perkapita terhadap Konsumsi Kopi Perkapita di Indonesia.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Jumlah Penduduk, Harga Kopi, Pendapatan Perkapita terhadap Konsumsi Kopi Perkapita di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Untuk mengetahui Faktor apa saja yang mempengaruhi Konsumsi Kopi Perkapita di Indonesia.
2. Untuk mengetahui konsep hubungan pengaruh Jumlah Penduduk, Harga, Pendapatan Perkapita terhadap Konsumsi Kopi Perkapita Indonesia.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelitian Gestiliana (2023) dengan judul “Perkembangan Agribisnis Komoditas Kopi di Indonesia” penelitian dapat disimpulkan berdasarkan analisis regresi linier berganda, faktor yang mempengaruhi tingkat permintaan produksi dengan variabel independen yaitu harga teh, kurs, jumlah penduduk, konsumsi kopi, harga domestik dan jumlah pendapatan perkapita penduduk yang mempengaruhi variabel dependen yaitu tingkat permintaan produksi kopi. Maka, diperoleh hasil yaitu tiga variabel independen yaitu konsumsi, jumlah penduduk dan harga kopi domestik yang berpengaruh pada tingkat permintaan produksi dan tiga variabel independent yaitu harga teh, kurs dan pendapatan perkapita penduduk, yang tidak mempengaruhi tingkat permintaan produksi.

Berdasarkan hasil penelitian Ilham (2012) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Komoditi Kopi di Sumatera Utara” penelitian dapat disimpulkan Dari hasil estimasi Identifikasi Masalah 1 diperoleh nilai R-Squared (R^2) sebesar 0,977 artinya variasi yang terjadi pada variabel Permintaan komoditi kopi di Sumatera Utara (Y), secara simultan dapat dijelaskan oleh variabel variabel harga kopi arabika (X1), harga kopi robusta (X2), harga teh (X3), harga gula (X4), dan pendapatan perkapita (X5), sebesar 97,7% dan secara parsial hanya dipengaruhi oleh variabel harga gula (X4) dan pendapatan perkapita (X5).

Berdasarkan hasil Hutapea (2019) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Kopi Robusta Gayo (*Coffea Canephora*)”. dari

penelitian disimpulkan Dari hasil analisis uji F didapat bahwa koefisien regresi signifikan secara statistik pada tingkat kepercayaan 95%. Kelima faktor tersebut secara bersama dapat dikatakan berpengaruh signifikan terhadap permintaan kopi Robusta di Pasar Inpres Kecamatan Bebesen, Kabupaten Aceh Tengah. Hasil uji t didapat bahwa secara parsial variabel pendapatan konsumen kopi Robusta berpengaruh signifikan terhadap permintaan kopi Robusta di pasar inpres, sedangkan variabel pengeluaran pembelian, jumlah anggota keluarga, selera, dan barang substitusi tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan kopi Robusta di pasar inpres.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Jumlah Penduduk

Menurut Badan Pusat Statistik (2021) penduduk adalah semua orang yang berdomisili di wilayah geografis Republik Indonesia selama 6 bulan atau lebih atau mereka yang berdomisili kurang dari 6 bulan tetapi bertujuan untuk menetap. Dapat disimpulkan berdasarkan pengertian diatas bahwa jumlah penduduk merupakan jumlah keseluruhan orang yang berdomisili di wilayah geografis Republik Indonesia (RI) selama enam bulan atau lebih serta berdomisili kurang dari enam bulan tetapi memiliki tujuan menetap. jumlah penduduk yang banyak akan memperbesar tingkat konsumsi secara menyeluruh walaupun pengeluaran rata-rata per orang atau per rumah tangga relatif rendah.

walaupun jumlah penduduk mengalami peningkatan setiap tahunnya akan tetapi jumlah penduduk tidak selalu memiliki pengaruh terhadap konsumsi, jika peningkatan jumlah penduduk tidak diimbangi dengan pendapatan yang

mencukupi maka hal tersebut dapat mengurangi tingkat konsumsi di masyarakat. (Efendi dll 2020)

2.2.2 Harga

Menurut Kotler & Keller (2020) menyatakan bahwa harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang berproduksi, pendapatan, dan unsur lainnya menghasilkan biaya. Menurut Tjiptono dan Candra dalam Priansa (2017) harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut. Sedangkan Menurut Kotler & Armstrong (2018) harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk. Sejauh ini, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan produk tersebut. Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, harga dapat disimpulkan sebagai alat tukar atau sejumlah uang yang dibutuhkan konsumen untuk menukarnya dengan apa yang dibutuhkan, untuk mendapat keuntungan dari barang tersebut beserta pelayanannya.

2.2.2.1 Indikator Harga

Menurut (Kotler & Armstrong, 2018), terdapat empat indikator sebuah harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga produk Konsumen dapat menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk memiliki beberapa jenis dalam suatu merek dan harganya pun berbeda-beda mulai dari yang rendah hingga tinggi.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk Untuk beberapa produk tertentu, biasanya konsumen tidak keberatan apabila harus membeli

dengan harga relatif mahal asalkan kualitas produk sangat baik. Namun konsumen lebih menginginkan produk dengan harga yang terjangkau dengan kualitas yang tinggi.

3. Daya Saing Harga Perusahaan dapat menetapkan harga jual suatu produk dengan mempertimbangkan harga produk yang dijual dipasaran.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat Konsumen terkadang mengabaikan harga suatu produk namun lebih mementingkan manfaat dari suatu produk tersebut.

2.2.3 Pendapatan Perkapita

Menurut Sukirno (2004), pendapatan per kapita adalah pendapatan rata-rata penduduk suatu negara atau daerah pada suatu periode tertentu, biasanya dalam satu tahun. Konsep ini digunakan untuk mengukur seberapa banyak rata-rata pendapatan yang diterima oleh setiap individu dalam suatu wilayah pada periode tersebut.

Pendapatan per kapita merupakan salah satu indikator yang paling umum digunakan untuk mengukur tingkat kesejahteraan atau kemakmuran suatu negara. Tingkat pendapatan yang tinggi cenderung menunjukkan bahwa rata-rata penduduk negara tersebut memiliki akses yang lebih baik terhadap berbagai kebutuhan dasar, seperti makanan, perumahan, pendidikan, kesehatan, dan layanan publik lainnya. Sebaliknya, pendapatan per kapita yang rendah dapat menunjukkan adanya masalah kemiskinan dan kesulitan akses terhadap fasilitas dan layanan penting.

Melalui pendapatan per kapita, kita dapat mengamati dan memantau pertumbuhan ekonomi suatu negara dari waktu ke waktu. Jika pendapatan per kapita meningkat dari tahun ke tahun, ini menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang positif dan perbaikan standar hidup rata-rata penduduk negara tersebut. Sebaliknya, stagnasi atau penurunan pendapatan per kapita dapat mengindikasikan masalah ekonomi yang perlu diatasi.

Pendapatan per kapita juga berfungsi sebagai panduan bagi pemerintah dalam merancang kebijakan ekonomi. Data tentang pendapatan per kapita dapat membantu pemerintah untuk memahami situasi ekonomi rakyatnya dan mengidentifikasi kelompok masyarakat yang perlu mendapatkan bantuan atau perhatian lebih dalam upaya meningkatkan kesejahteraan secara keseluruhan.

Pendapatan per kapita juga memungkinkan kita untuk membandingkan tingkat kesejahteraan dan kemakmuran antara negara-negara. Dengan membandingkan pendapatan per kapita dari berbagai negara, kita dapat mengetahui perbedaan tingkat pembangunan ekonomi dan kualitas hidup penduduknya. Perbandingan ini membantu dalam mengidentifikasi potensi masalah dan kesempatan untuk kerjasama internasional, serta dalam mengevaluasi keberhasilan kebijakan ekonomi suatu negara dalam mencapai tujuan pembangunan ekonomi dan sosialnya.

Dengan demikian, pendapatan per kapita memiliki peran penting dalam membantu kita memahami dan mengukur kesejahteraan masyarakat, mengidentifikasi pertumbuhan ekonomi, membimbing kebijakan ekonomi, dan membandingkan kemakmuran antar negara.

Menurut (Wiryohasmono, 2014), pendapatan adalah keseluruhan penghasilan yang didapat dari suatu usaha atau aktivitas tertentu sedangkan penerimaan adalah setiap hasil yang didapat dari suatu usaha atau kegiatan tertentu. Pengertian penghasilan lainnya adalah besarnya penghasilan yang diperoleh dari pekerjaan, biasanya penghasilan seseorang dihitung setiap tahun atau bulanan. Oleh karena itu pendapatan merupakan gambaran status ekonomi suatu keluarga dalam masyarakat.

2.2.4 Konsumsi

Konsumsi ialah pengeluaran yang dilakukan dengan tujuan memenuhi pembelian barang dan jasa untuk mendapatkan kepuasan maupun untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

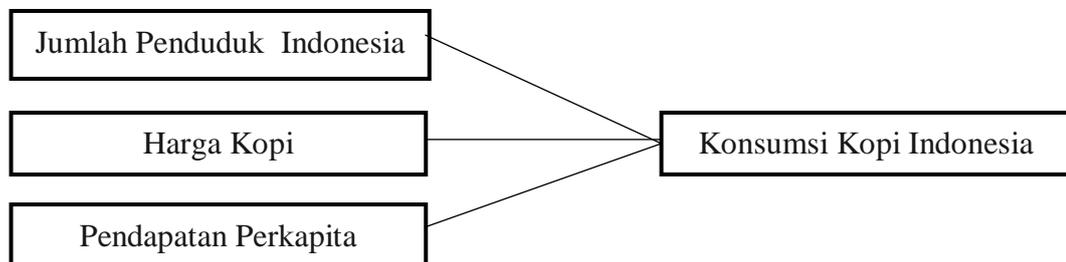
Menurut Mankiw (2013), konsumsi didefinisikan sebagai pengeluaran rumah tangga untuk barang dan jasa. Barang yang dimaksud meliputi barang tahan lama, seperti kendaraan dan peralatan rumah tangga, serta barang tidak tahan lama seperti makanan dan pakaian. Sementara itu, jasa mencakup hal-hal yang bersifat tidak berwujud, contohnya layanan potong rambut dan perawatan kesehatan. Selain itu, pengeluaran rumah tangga untuk pendidikan juga termasuk dalam kategori konsumsi jasa.

Menurut Samuelson dan Nordhaus (2001), konsumsi diartikan sebagai pengeluaran yang dilakukan untuk membeli barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan atau memperoleh kepuasan. Konsumsi terbagi menjadi dua jenis, yaitu konsumsi rutin dan konsumsi sementara. Konsumsi rutin merujuk pada pengeluaran yang dilakukan secara berkelanjutan untuk barang dan jasa dalam jangka waktu yang panjang. Sementara itu, konsumsi sementara mengacu pada

tambahan pengeluaran yang sifatnya tidak terduga di luar konsumsi rutin. dalam kehidupan sehari-hari, konsumsi sering diartikan sebagai pemenuhan kebutuhan akan makanan dan minuman. Namun, pengertian konsumsi sebenarnya lebih luas, mencakup penggunaan barang dan jasa akhir yang dibutuhkan manusia untuk memenuhi kebutuhannya. Barang dan jasa yang dikonsumsi dapat dibedakan menjadi dua jenis: barang yang habis sekali pakai dan barang yang dapat digunakan berulang kali. Barang habis pakai tidak bisa digunakan oleh orang lain jika sudah dipakai, karena sifatnya yang tidak tahan lama dan hanya dapat digunakan sekali.

2.2.5. Kerangka Pemikiran

Berikut kerangka pemikiran dari Pengaruh Jumlah Penduduk, Harga, Pendapatan Perkapita terhadap Konsumsi Kopi Perkapita di Indonesia.



Gambar 2.1 Skema kerangka pemikiran

Keterangan :

—————> : Berpengaruh Kepada