



# **PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK KOPI SPECIALTY YEAST FERMENTATION PADA KOPI SARONGGE KABUPATEN CIANJUR**

**SATRIO RASENDRIYA WIDYADHANA**



**MANAJEMEN AGRIBISNIS  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2026**



## PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN PROYEK AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Preferensi Konsumen terhadap Produk Kopi *Specialty Yeast Fermentation* pada Kopi Sarongge Kabupaten Cianjur” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan proyek akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Satrio Rasendriya Widyadhana  
J0410221256

## ABSTRAK

SATRIO RASENDRIYA WIDYADHANA. Preferensi Konsumen terhadap Produk Kopi *Specialty Yeast Fermentation* pada Kopi Sarongge Kabupaten Cianjur. Dibimbing oleh MURDIANTO.

Perkembangan kopi spesialti mendorong inovasi proses pascapanen seperti *fullwash yeast fermentation*, namun preferensi konsumen terhadap kopi tersebut belum dipahami. Penelitian ini bertujuan menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut produk, menyusun strategi pemasaran, serta menganalisis kelayakan pengembangan usaha. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dan deskriptif melalui kuesioner kepada 63 responden, dianalisis dengan model Fishbein, pendekatan STP, bauran pemasaran 4P, dan R/C Rasio. Hasil menunjukkan preferensi konsumen dipengaruhi atribut sensori (rasa, aroma, *acidity*, *body*, *aftertaste*, warna, gurih) dan non-sensori (harga, promosi, informasi proses, ketersediaan produk, keamanan kemasan), dengan kesesuaian harga paling dipertimbangkan dan keamanan kemasan memperoleh sikap paling positif. Strategi yang dihasilkan berorientasi pada peningkatan kualitas produk, harga sepadan kualitas, perluasan distribusi, dan penguatan promosi digital. R/C Rasio meningkat dari 1,16 menjadi 1,67 setelah penerapan produk, menunjukkan usaha layak dikembangkan dengan prospek keberlanjutan baik.

Kata kunci: fishbein, kopi spesialti, preferensi konsumen, strategi pemasaran

## ABSTRACT

SATRIO RASENDRIYA WIDYADHANA. Consumer Preferences toward Specialty Yeast Fermentation Coffee Products at Kopi Sarongge Cianjur Regency. Supervised by MURDIANTO.

The growth of specialty coffee encouraged post-harvest innovations such as *fullwash yeast fermentation*, yet consumer preferences toward such products remained poorly understood. This study aimed to analyze consumer preferences toward product attributes, formulate marketing strategies, and assess business feasibility. The research used a quantitative and descriptive approach through a questionnaire administered to 63 respondents, analyzed using the Fishbein model, the STP approach, the 4P marketing mix, and the R/C ratio. Results showed consumer preferences were influenced by sensory attributes (taste, aroma, acidity, body, aftertaste, color, savoriness) and non-sensory attributes (price, promotion, process information, availability, packaging safety); price suitability was valued most, while packaging safety received the most positive attitude. Strategies focused on improving product quality, aligning price with quality, expanding distribution, and strengthening digital promotion. The R/C ratio increased from 1,16 to 1,67 following product development, indicating good business feasibility and sustainability prospects.

Keywords: consumer preferences, fishbein, marketing strategy, specialty coffee



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*

# **PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK KOPI *SPECIALTY YEAST FERMENTATION* PADA KOPI SARONGGE KABUPATEN CIANJUR**

**SATRIO RASENDRIYA WIDYADHANA**

Laporan Proyek Akhir  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Terapan pada  
Program Studi Manajemen Agribisnis

**MANAJEMEN AGRIBISNIS  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2026**



## @Hak cipta milik IPB University

### Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Proyek Akhir : Preferensi Konsumen terhadap Produk Kopi *Specialty Yeast Fermentation* pada Kopi Sarongge Kabupaten Cianjur  
Nama : Satrio Rasendriya Widyadhana  
NIM : J0410221256

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing:  
Ir. Murdianto, M.Si.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:  
Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si.  
NPI. 201811198309142016

Dekan Sekolah Vokasi:  
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.  
NIP. 196607171992031003

IPB University

Tanggal Ujian: 6 Agustus 2026

Tanggal Lulus:

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala rahmat, karunia, dan ridha-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proyek akhir terapan yang berjudul “Preferensi Konsumen terhadap Produk Kopi *Specialty Yeast Fermentation* pada Kopi Sarongge Kabupaten Cianjur”. Proyek akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Agribisnis.

Dalam proses penyusunan proyek akhir ini, penulis memperoleh banyak bantuan, dukungan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Ir. Murdianto, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan selama proses penelitian dan penyusunan proyek akhir, kepada dosen pembimbing akademik, moderator seminar, serta dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan yang membangun demi penyempurnaan karya ilmiah ini, serta kepada Bapak Tosca Santoso selaku pemilik Kopi Sarongge, Bapak M. Fakhri Wiratama Sadeli, S.T. selaku pembimbing lapangan, dan seluruh staf serta karyawan Kopi Sarongge yang telah memberikan kesempatan, pengalaman, bantuan, dan informasi yang sangat berharga selama proses pengumpulan data penelitian.

Terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada keluarga tercinta, yaitu Ayah Alm. Drs. Suryadi Mahatma Putra, M.Si., Ibu Nanik Sri Pujiastuti, S.E., M.Si., serta kakak Anindya Maharani Rizki Nityasari, S.Tr.Kes., yang senantiasa memberikan doa, dukungan, kasih sayang, semangat, dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan pendidikan dan penyusunan proyek akhir ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada sahabat, rekan seperjuangan, serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa proyek akhir ini masih banyak kekurangan. Oleh sebab itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan keterbatasan dan mengharapkan kritik dan masukan yang akan menghadirkan perbaikan kedepannya. Penulis juga berharap semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2026

Satrio Rasendriya Widyadhana

## DAFTAR ISI

|                                                                                           |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| DAFTAR TABEL                                                                              | x  |
| DAFTAR GAMBAR                                                                             | x  |
| DAFTAR LAMPIRAN                                                                           | x  |
| I PENDAHULUAN                                                                             | 1  |
| 1.1 Latar Belakang                                                                        | 1  |
| 1.2 Rumusan Masalah                                                                       | 5  |
| 1.3 Tujuan                                                                                | 5  |
| 1.4 Manfaat                                                                               | 6  |
| 1.5 Ruang Lingkup                                                                         | 6  |
| II TINJAUAN PUSTAKA                                                                       | 7  |
| 2.1 Kopi                                                                                  | 7  |
| 2.2 STP ( <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> )                                     | 9  |
| 2.3 Bauran Pemasaran 4P                                                                   | 10 |
| 2.4 Karakteristik Konsumen                                                                | 12 |
| 2.5 Preferensi Konsumen                                                                   | 12 |
| 2.6 Atribut Produk                                                                        | 13 |
| 2.7 Analisis Finansial                                                                    | 13 |
| 2.8 Penelitian Terdahulu                                                                  | 14 |
| 2.9 Kerangka Pemikiran                                                                    | 17 |
| III METODE                                                                                | 19 |
| 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian                                                           | 19 |
| 3.2 Jenis Data dan Sumber Data                                                            | 19 |
| 3.3 Populasi dan Sampel                                                                   | 19 |
| 3.4 Penentuan Produk Pembanding                                                           | 20 |
| 3.5 Metode Analisis Data                                                                  | 20 |
| IV HASIL DAN PEMBAHASAN                                                                   | 28 |
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan                                                              | 28 |
| 4.2 Struktur Organisasi                                                                   | 29 |
| 4.3 Analisis Deskriptif                                                                   | 31 |
| 4.4 Uji Reliabilitas Instrumen                                                            | 34 |
| 4.5 Preferensi Konsumen terhadap Produk Kopi <i>specialty fullwash yeast fermentation</i> | 34 |
| 4.6 Aspek Pasar dan Pemasaran                                                             | 40 |
| 4.7 Bauran Pemasaran                                                                      | 42 |
| 4.8 Analisis Finansial                                                                    | 45 |
| 4.9 Implikasi Terhadap Bisnis                                                             | 51 |
| V SIMPULAN DAN SARAN                                                                      | 54 |
| 5.1 Simpulan                                                                              | 54 |
| 5.2 Saran                                                                                 | 55 |
| DAFTAR PUSTAKA                                                                            | 56 |
| LAMPIRAN                                                                                  | 59 |
| RIWAYAT HIDUP                                                                             | 72 |



## DAFTAR TABEL

|    |                                                                                                                     |    |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1  | Produksi kopi arabika di Jawa Barat tahun 2021 - 2025                                                               | 1  |
| 2  | Penjualan kopi perusahaan Kopi Sarongge bulan Juli-Desember 2025                                                    | 4  |
| 3  | Penelitian terdahulu                                                                                                | 14 |
| 4  | Jenis dan sumber data                                                                                               | 19 |
| 5  | Daftar atribut produk kopi <i>specialty fullwash yeast fermentation</i> Kopi Sarongge                               | 22 |
| 6  | Skala pembobotan tanggapan konsumen                                                                                 | 23 |
| 7  | Skala interval kepercayaan ( <i>bi</i> ) dan evaluasi ( <i>ei</i> )                                                 | 24 |
| 8  | Kriteria kelayakan R/C Rasio                                                                                        | 26 |
| 9  | Persentase responden berdasarkan jenis kelamin                                                                      | 31 |
| 10 | Persentase responden berdasarkan usia                                                                               | 32 |
| 11 | Persentase responden berdasarkan wilayah                                                                            | 32 |
| 12 | Persentase responden berdasarkan pekerjaan                                                                          | 33 |
| 13 | Persentase responden berdasarkan pendapatan                                                                         | 33 |
| 14 | Persentase responden berdasarkan frekuensi konsumsi kopi                                                            | 33 |
| 15 | Penilaian evaluasi atribut kopi <i>specialty fullwash yeast fermentation</i> Kopi Sarongge                          | 35 |
| 16 | Penilaian tingkat kepercayaan atribut kopi <i>specialty fullwash yeast fermentation</i> Kopi Sarongge               | 36 |
| 17 | Sikap konsumen terhadap produk kopi <i>specialty fullwash yeast fermentation</i> Kopi Sarongge                      | 38 |
| 18 | Biaya tetap produksi kopi <i>specialty fullwash yeast fermentation</i> Kopi Sarongge per bulan                      | 46 |
| 19 | Biaya variabel produksi kopi <i>specialty fullwash yeast fermentation</i> Kopi Sarongge per bulan sebelum penerapan | 47 |
| 20 | Biaya variabel produksi kopi <i>specialty fullwash yeast fermentation</i> Kopi Sarongge per bulan setelah penerapan | 47 |
| 21 | Penjualan kopi <i>specialty fullwash yeast fermentation</i> Kopi Sarongge sebelum dan setelah penerapan             | 48 |
| 22 | Laporan laba rugi sebelum dan setelah penerapan                                                                     | 50 |
| 23 | Hasil R/C Rasio                                                                                                     | 51 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |                                                               |    |
|---|---------------------------------------------------------------|----|
| 1 | Alur kerangka pemikiran operasional                           | 18 |
| 2 | Struktur organisasi                                           | 31 |
| 3 | Produk kopi <i>specialty yeast fermentation</i> kopi sarongge | 44 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|    |                                                                |    |
|----|----------------------------------------------------------------|----|
| 24 | Kuesioner penelitian                                           | 61 |
| 25 | Hasil uji <i>Cronbach's Alpha</i> butiran pertanyaan kuesioner | 67 |
| 26 | Biaya investasi Kopi Sarongge                                  | 67 |
| 27 | Hasil kuesioner pertanyaan identifikasi responden penelitian   | 68 |
| 28 | Dokumentasi kegiatan penelitian                                | 70 |