

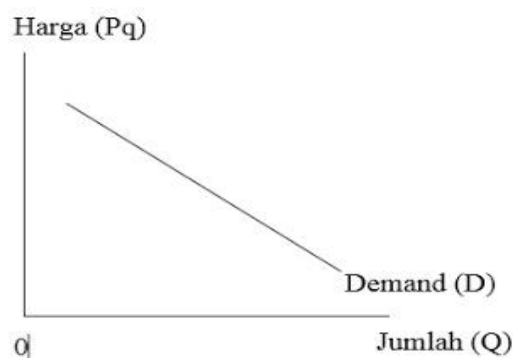
BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Teori Permintaan

Menurut Gilarso (2007), dalam ilmu ekonomi istilah permintaan (demand) mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjuk pada suatu hubungan tertentu antara jumlah suatu barang yang akan dibeli orang dan harga barang tersebut. Permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal lain tetap sama (*ceteris paribus*). Permintaan diartikan sebagai perilaku konsumen dalam membeli satu jenis barang dan jasa tertentu (Mankiw: 2004). Permintaan tunduk pada hukum permintaan yang berbunyi jika harga barang turun, maka jumlah barang yang diminta naik dan sebaliknya. Hubungan antara jumlah barang yang diminta dengan harga bersifat negatif. Permintaan menggambarkan kesanggupan konsumen dalam membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga pada periode waktu tertentu.



2.1.1.1 Hukum Permintaan

Hukum Permintaan pada hakikatnya merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa :

“Hubungan antara barang yang diminta dengan harga barang tersebut dimana hubungan berbanding terbalik yaitu ketika harga meningkat atau naik, maka jumlah barang yang diminta akan menurun dan sebaliknya apabila harga barang turun maka jumlah barang yang diminta akan meningkat”.

2.1.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Menurut Danniell (2004), permintaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang antara lain adalah harga barang yang bersangkutan, harga barang substitusi atau komplemennya, selera, jumlah penduduk, dan tingkat pendapatan.

1. Harga Barang

Hubungan harga dengan permintaan adalah hubungan yang negatif. Artinya bila yang satu naik maka yang lainnya akan turun dan begitu juga sebaliknya. Semua ini berlaku dengan catatan faktor lain yang mempengaruhi jumlah permintaan dianggap tetap.

2. Harga barang lain

Terjadinya perubahan harga pada suatu barang akan berpengaruh pada permintaan barang lain. Harga barang lain dapat meliputi harga barang substitusi, komplemen, dan independen. Salah satu contoh barang substitusi, bila harga kopi naik, biasanya permintaan teh akan naik. Barang komplementer contohnya roti dengan keju. Apabila keduanya dipakai secara bersamaan sehingga dengan demikian bila salah satu dari harga

barang tersebut naik, pada umumnya akan mempengaruhi banyaknya konsumsi barang komplemennya. Barang independen adalah barang yang tidak dipengaruhi oleh harga barang yang lain.

3. Selera

Selera merupakan variabel yang mempengaruhi besar kecilnya permintaan. Selera dan pilihan konsumen terhadap suatu barang bukan saja dipengaruhi oleh struktur umum konsumen, tetapi juga karena faktor adat dan kebiasaan setempat, tingkat pendidikan, atau lainnya.

4. Jumlah penduduk

Semakin banyaknya jumlah penduduk makin besar pula barang yang dikonsumsi dan makin naik permintaan. Penambahan jumlah penduduk mengartikan adanya perubahan struktur umur. Dengan demikian, bertambahnya jumlah penduduk adalah tidak proporsional dengan pertambahan jumlah barang yang dikonsumsi. Penduduk berusia muda (18-25 tahun) berpeluang mengkonsumsi kopi lebih besar daripada konsumen yang berusia 45 tahun ke atas, konsumen kopi didominasi oleh penduduk laki-laki dibanding penduduk perempuan

5. Tingkat pendapatan

Perubahan tingkat pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi. Secara teoritis, peningkatan pendapatan akan meningkatkan konsumsi. Bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi tidak hanya bertambah kuantitasnya, tetapi kualitasnya juga meningkat.

2.1.1.3 Fungsi Permintaan

Menurut Virgantari (2011), secara umum, fungsi permintaan menyatakan hubungan jumlah yang diminta dan faktor-faktor yang mempengaruhinya pada tempat dan waktu tertentu. Fungsi permintaan dapat diturunkan melalui dua cara, yang pertama adalah memaksimalkan kepuasan dengan kendala jumlah anggaran dan harga barang. Fungsi permintaan yang diturunkan dari prinsip ini disebut dengan fungsi permintaan Marshallian. Fungsi ini pertama kali diperkenalkan oleh ekonom Inggris Alfred Marshal pada tahun 1980 dan menganggap bahwa pendapatan konsumen konstan. Fungsi permintaan lain dapat diturunkan dengan menerapkan teori dualitas, yaitu meminimumkan biaya dan memaksimalkan output pada tingkat pengeluaran tetap.

Permintaan yang dinyatakan dalam hubungan matematis dengan faktor-faktor yang memengaruhinya disebut fungsi permintaan. Fungsi permintaan menghubungkan antara variabel bebas dengan variabel tidak bebas. Persamaan fungsi permintaan dapat disusun sebagai berikut :

$$D_x = f(P_x, P_y, Y, T, N, \dots)$$

dimana:

D_x = permintaan akan barang x

P_x = harga barang x

P_y = harga barang y

Y = pendapatan per kapita

T = selera

N = jumlah penduduk

D_x adalah variabel tidak bebas, karena besarnya nilai ditentukan oleh variabel lain. P_x , P_y , Y , T dan N adalah variabel bebas karena besar nilainya tidak tergantung besarnya variabel lain. Tanda positif dan negatif menunjukkan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap permintaan akan barang. Hukum permintaan pada hakikatnya menyatakan bahwa makin rendah harga suatu barang, makin banyak permintaan atas barang tersebut; sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang semakin sedikit permintaan atas barang tersebut (Firdaus, 2008).

2.1.1.4 Kurva Permintaan

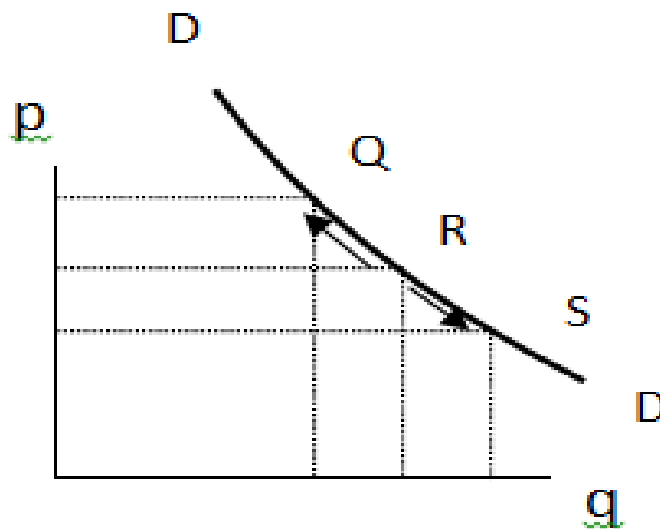
Menurut Haryati (2007), kurva permintaan adalah kurva yang menghubungkan antara harga barang (*ceteris paribus*) dengan jumlah barang yang diminta. Kurva permintaan menggambarkan tingkat maksimum pembelian pada harga tertentu, *ceteris paribus* (keadaan lain tetap sama). Kurva permintaan menggambarkan harga maksimum yang konsumen bersedia bayarkan untuk barang bermacam-macam jumlahnya per unit waktu. Konsumen tidak bersedia membayar pada harga yang lebih tinggi untuk sejumlah tertentu, tetapi pada jumlah yang sama konsumen bersedia membayar dengan harga yang lebih rendah. Konsep ini disebut dengan kesediaan maksimum konsumen mau bayar atau *willingness to pay*.

Kenaikan harga produk (*ceteris paribus*) akan menyebabkan penurunan jumlah barang yang diminta yang berarti terjadi perpindahan di sepanjang kurva permintaan. Perubahan variabel non harga akan menyebabkan pergeseran kurva permintaan, atau menyebabkan perubahan jumlah barang yang diminta pada tingkat harga tertentu. Faktor-faktor yang menyebabkan pergeseran permintaan

diantaranya adalah perubahan pendapatan, selera, harga barang lain dan jumlah populasi.

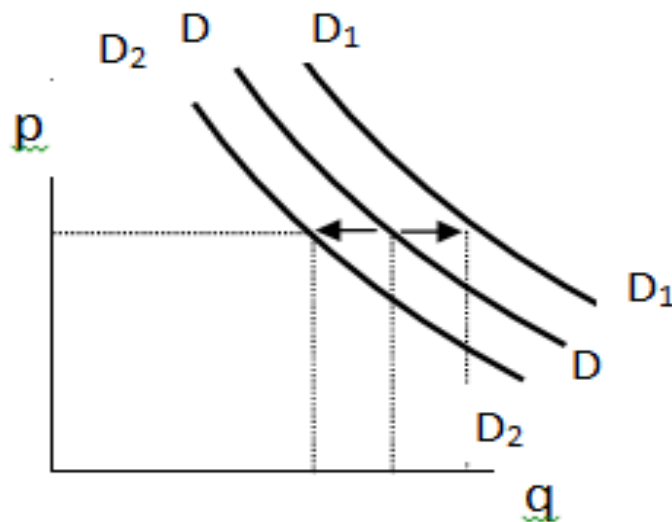
2.1.1.5 Pergerakan dan Pergeseran Kurva

1. Pergerakan kurva permintaan : kurva permintaan akan bergerak ke atas atau kebawah karena dipengaruhi oleh perubahan atau naik turunnya harga suatu barang, ketika harga barang naik maka kurva akan bergerak sepanjang kurva permintaan. Hal ini dapat dilihat pada kurva permintaan berikut:



Pergerakan kurva diakibatkan oleh harga sehingga ketika harga naik dari P1 ke P2 mengakibatkan kuantitas permintaan terhadap barang turun dari R ke Q dan permintaan barang turun dari q1 ke q2, sebaliknya jika harga turun dari R ke S maka kuantitas permintaan terhadap barang naik dari q1 ke q3.

2. Pergeseran kurva permintaan: kurva permintaan akan bergeser ke kanan atau kekiri karena dipengaruhi oleh perubahan factor-faktor selain harga suatu barang. Misalnya tren, selera, pendapatan, ekspektasi dimasa depan, dan jumlah penduduk. Dalam pengertiannya berarti terjadi pada harga yang tetap atau perubahan jumlah permintaan pada harga tertentu. Hal ini dapat dilihat pada kurva permintaan berikut :



Diasumsikan pendapatan mempengaruhi permintaan kopi

D = Permintaan kopi pada saat pendapatan awal.

D1 = Permintaan kopi pada saat pendapatan meningkat.

D2 = Permintaan kopi pada saat pendapatan menurun.

Perhatikan kurva permintaan di atas. Kurva permintaan mengalami pergeseran ke kanan dari D ke D1 dan bergeser ke kiri dari D ke D2. Pergeseran ke kanan dari kurva permintaan menunjukkan pertambahan jumlah permintaan karena adanya peningkatan pendapatan. Sedangkan kurva bergeser ke kiri menunjukkan penurunan jumlah permintaan karena

adanya penurunan tingkat pendapatan dapat mengubah jumlah permintaan akan barang serta dapat menggeser kurva permintaan. Jadi dalam hal ini dapat diasumsikan bahwa pendapatan mempengaruhi pergeseran kurva permintaan.

2.1.2 Teori Produksi

2.1.2.1 Pengertian Produksi

Secara umum, produksi dapat diartikan sebagai kegiatan optimalisasi dari faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, modal, dan lain-lainnya oleh perusahaan untuk menghasilkan produk berupa barang-barang dan jasa-jasa. Secara teknis, kegiatan produksi dilakukan dengan mengkombinasikan beberapa input untuk menghasilkan sejumlah output.

Dalam pengertian ekonomi, produksi didefinisikan sebagai usaha manusia untuk menciptakan atau menambah daya atau nilai guna dari suatu barang atau benda untuk memenuhi kebutuhan manusia. Berdasarkan pada kepentingan produsen, tujuan produksi adalah untuk menghasilkan barang yang dapat memberikan laba. Tujuan tersebut dapat tercapai, jika barang atau jasa yang diproduksi sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa sasaran kegiatan produksi adalah melayani kebutuhan masyarakat atau untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat umum.

Dengan demikian produksi itu tidak terbatas pada pembuatannya saja tetapi juga penyimpanannya, distribusi, pengangkutan, pengeceran, pemasaran kembali, upaya-upaya mensiasati lembaga regulator atau mencari celah hukum demi

memperoleh keringanan pajak atau lainnya. Produksi adalah kegiatan yang dilakukan untuk menambah nilai suatu objek atau membuat objek baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan. Kegiatan menambah kegunaan suatu objek tanpa mengubah bentuknya disebut produksi jasa. Sedangkan kegiatan menambah kegunaan suatu benda dengan mengubah sifat dan bentuk yang disebut produksi barang.

Menurut Sugiarto (2007) produksi adalah kegiatan yang mengubah input menjadi output. Dalam kegiatan ekonomi biasanya dinyatakan dalam produksi. Sadono Sukirno (2010) menjelaskan bahwa fungsi produksi merupakan sifat hubungan diantara faktor-faktor produksi dan tingkat produksi yang dihasilkan. Faktor produksi dikenal pula dengan istilah input dan jumlah produksi selalu juga disebut sebagai output.

Dalam teori ekonomi, terdapat salah satu asumsi dasar mengenai sifat dari fungsi produksi yaitu "*The Law of Deminishing Return*". Teori ini mengatakan bila satu-satuan input ditambah penggunaannya sedangkan input lain tetap, maka tambahan output yang dihasilkan dari tambahan satu unit input yang semula meningkat kemudian seterusnya menurun bila input terus ditambah (Dewi dkk, 2012).

2.1.2.2 Faktor Produksi Dengan Satu Input Variabel

Kurva yang menunjukkan hasil rata-rata per unit input variabel pada berbagai tingkat penggunaan input disebut *Average Physical Product*. Hubungan antara jumlah input yang diperlukan dan jumlah output yang dapat dihasilkan

disebut “fungsi produksi”. Fungsi produksi merupakan hubungan antara jumlah output maksimum yang bisa diproduksi dan input yang diperlukan guna menghasilkan output tersebut, dengan tingkat pengetahuan teknik tertentu. Bermula dari sebuah fungsi produksi perusahaan, kita dapat menghitung tiga konsep produksi yang penting, yaitu:

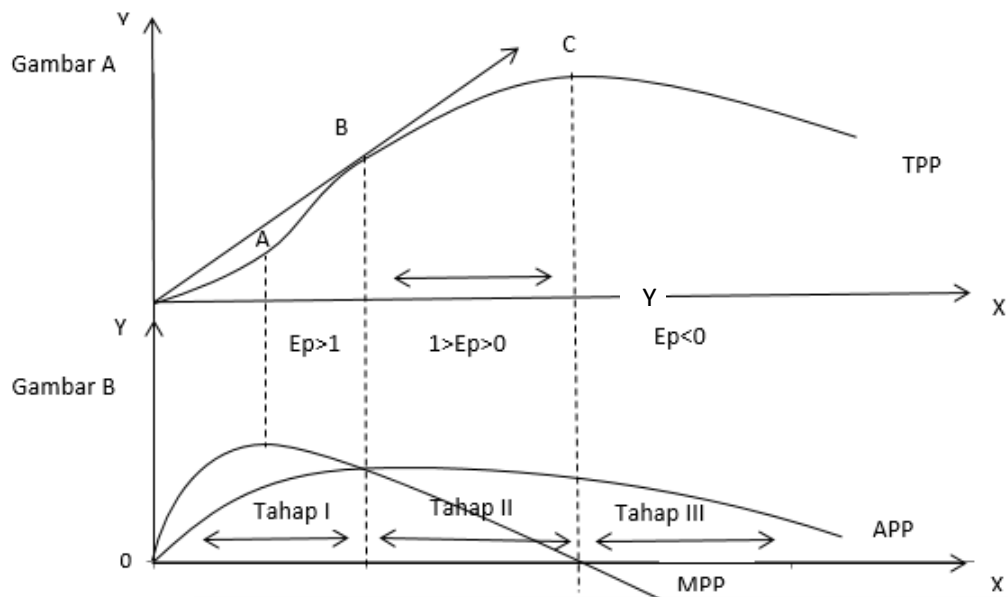
1. Produk total yang menunjukkan total output yang diproduksi dalam unit fisik.
2. Produk marjinal (*marginal product*) dari suatu input adalah tambahan produk atau output yang diakibatkan oleh tambahan satu unit input tersebut, dengan menganggap input lainnya konstan.
3. Produk rata-rata (*average product*) yaitu output total dibagi dengan unit total input.

Produksi yang efisien memerlukan waktu, sama seperti diperlukannya input konvensional tenaga kerja. Ada tiga jenis waktu yang berlainan di dalam produksi dan analisis biaya yaitu:

- Periode singkat (*momentary run*) yaitu periode waktu yang sangat pendek ketika tidak ada perubahan apapun dalam produksi.
- Periode jangka pendek (*short run*) adalah periode waktu ketika input variabel seperti bahan baku dan tenaga kerja dapat disesuaikan, tetapi kurang cukup lama untuk melakukan penyesuaian semua input. Dalam jangka pendek, faktor nonvariabel seperti mesin dan peralatan, tidak dapat sepenuhnya disesuaikan ataupun dimodifikasi.

- Periode jangka panjang (*long run*) adalah periode ketika semua faktor produksi, baik faktor variabel maupun nonvariabel yang digunakan oleh **Gambar 2.1**

Hubungan Antara Kurva dan Daerah-daerah Elastisitas Produksi



Keterangan :

1. Kurva TPP (*Total Physical Product*) adalah kurva yang menunjukkan tingkat produksi total pada berbagai tingkat penggunaan input variabel (input-input lain yang dianggap tetap).
2. Kurva MPP (*Marginal Physical Product*) adalah kurva yang menunjukkan tambahan (kenaikan) dari TPP, yaitu ΔTPP atau ΔY yang disebabkan oleh penggunaan tambahan satu unit input variabel.
3. Kurva APP (*Average Physical Product*) adalah kurva yang menunjukkan hasil rata-rata per unit variabel pada berbagai tingkat penggunaan input.

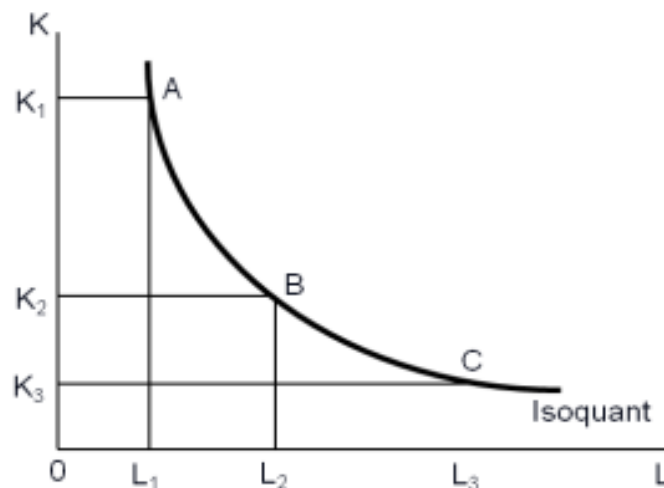
2.1.2.3 Faktor Produksi Dengan Dua Input Variabel

Jika faktor produksi yang dapat berubah adalah jumlah tenaga kerja dan jumlah modal atau sarana yang digunakan, maka fungsi produksi dapat dinyatakan

$Q = f(K,L)$. Pada fungsi produksi ini diketahui, bahwa tingkat produksi dapat berubah dengan merubah faktor tenaga kerja (L) dan atau jumlah modal (K).

a. Isoquant

Isoquant menunjukkan kombinasi dua macam input yang berbeda yang menghasilkan output yang sama. Isoquant adalah sebuah kurva yang memperlihatkan semua kemungkinan kombinasi dari input yang menghasilkan output yang sama. Isoquant produksi menunjukkan berbagai kombinasi input yang diperlukan sebuah perusahaan untuk memproduksi suatu jumlah output tertentu.



Gambar 2.2 Kurva Produksi Sama (Isoquant)

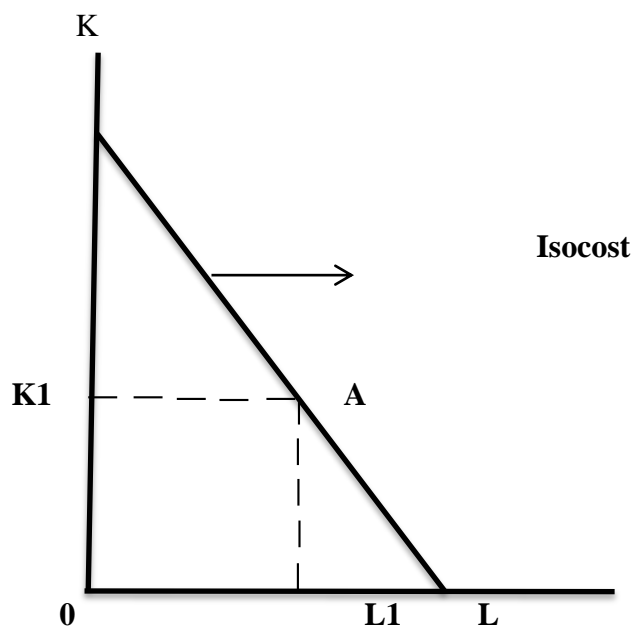
Sumber: Teori Pengantar Ekonomi Mikro (Sadono Sukirno, 2013)

Pada kurva diatas a, b, c menunjukkan slope/ garis kemiringan isoquant. Diasumsikan dalam memproduksi barang X. Terlihat ada beberapa kombinasi yang bisa digunakan. Kombinasi pertama adalah L1 tenaga kerja, K1 modal. Kombinasi

ke-dua, L_2 tenaga kerja dan K_2 modal, dan kombinasi ke-tiga L_3 tenaga kerja dan K_3 modal.

b. Isocost

Isocost menggambarkan gabungan faktor – faktor produksi yang dapat diperoleh dengan menggunakan sejumlah biaya tertentu. Untuk menghemat biaya produksi dan memaksimalkan keuntungan, perusahaan harus meminimumkan biaya produksi. Untuk membuat analisis mengenai peminimuman biaya produksi perlulah dibuat garis biaya atau isocost.



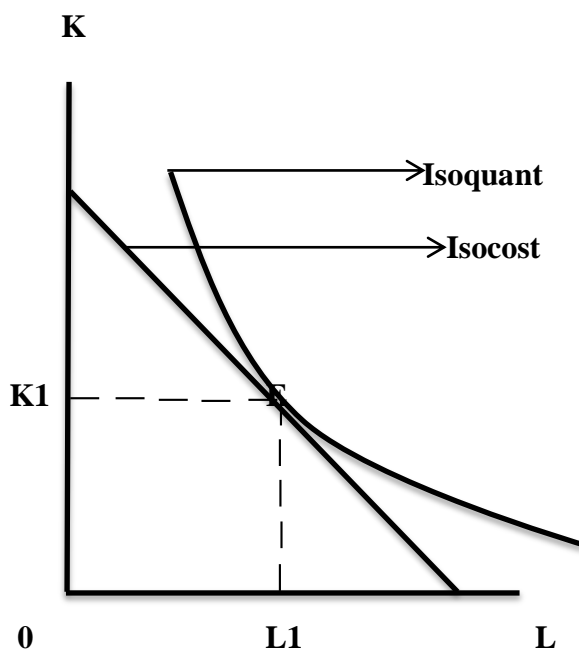
Gambar 2.3 Kurva Garis Biaya Sama (Isocost)

Sumber: Teori Pengantar Ekonomi Mikro (Sadono Sukirno, 2013)

Pada gambar diatas ini menunjukkan semua kombinasi dua macam input yang dibeli perusahaan (L,K) dengan pengeluaran total dan harga faktor produksi tertentu.

c. Kondisi Produksi Optimum

Kondisi produksi optimum adalah kondisi seorang produsen dapat memilih kombinasi biaya input yang paling termurah untuk menghasilkan output. Untuk memproduksi sejumlah output tertentu, produsen bisa menggunakan berbagai kombinasi jumlah input dan dapat digambarkan dalam sebuah kurva isoquant. Berbagai kombinasi tenaga kerja dan kapital yang membebani perusahaan dengan biaya dalam jumlah yang sama dinamakan dengan isocost. Untuk meminimumkan biaya produksi sejumlah output tertentu, unit kegiatan ekonomi harus memilih kombinasi input dengan biaya minimum (least cost combination). Kombinasi ini terjadi pada saat garis isocost menyinggung kurva isoquant atau sama dengan kurva keseimbangan produsen (Pindyck, 2008).



Gambar 2.5 Kurva Isocost dan Isoquant

Keterangan : Perusahaan dikatakan menghasilkan produk secara optimum apabila perusahaan tersebut dengan jumlah produksi tertinggi dan pada saat itu perusahaan menghasilkan dengan kombinasi factor produksi yang paling rendah biayanya (Least Cost Combination).

Secara garis besar Least Cost Combination tercapai saat kurva isocost bersinggungan dengan kurva isoquant.

2.1.3 Teori Perusahaan

Istilah perusahaan untuk pertama kalinya terdapat di dalam Pasal 6 KUH Dagang yang mengatur mengenai penyelenggaraan pencatatan yang wajib dilakukan oleh setiap orang yang menjalankan perusahaan. Meskipun demikian, KUH Dagang tidak memuat penafsiran otentik mengenai arti perusahaan.

Mengenai definisi perusahaan dapat kita temukan dalam Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan (UU Wajib Daftar Perusahaan). Namun sebelum membahas pengertian perusahaan menurut UU Wajib Daftar Perusahaan, terlebih dahulu akan diuraikan pengertian perusahaan menurut para ahli hukum. Menurut Molengraaff, perusahaan adalah keseluruhan perbuatan yang dilakukan secara terus menerus, bertindak ke luar untuk memperoleh penghasilan, dengan cara memperdagangkan atau menyerahkan barang atau mengadakan perjanjian perdagangan. Rumusan yang dikemukakan oleh Molengraaff tersebut hanya meliputi jenis usaha dan tidak meliputi perusahaan sebagai badan usaha.

Perusahaan atau istilah Inggrisnya *eterprise* terdiri dari satu atau lebih unit-unit usaha yang disebut pabrik atau *bedriff* (bahasa Belanda). Pengertian perusahaan disini maksudnya suatu lembaga yang diorganisasikan dan dijalankan untuk menyediakan barang atau jasa untuk maasyarakat dengan motif atau insentif keuntungan. Selain sebagai suatu lembaga, perusahaan juga merupakan suatu wadah yang diorganisasikan, didirikan dan diterima dalam tata kehidupan masyarakat. Para pengusaha harus berani menanggung risiko. Artinya, sebagai tujuan bersama dari setiap perusahaan adalah berusaha memperoleh laba berdasarkan rentabilitas.

2.1.4 Pengertian Cita Rasa

Cita rasa merupakan suatu cara pemilihan ciri minuman yg harus dibedakan dari rasa (taste) minuman tersebut. Cita rasa merupakan atribut minuman yg

meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu. Cita rasa merupakan bentuk kerja sama dari kelima macam indera manusia, yakni perasa, penciuman, perabaan, penglihatan dan pendengaran (Stanner dan Buttriss, 2009:23).

Rasa sendiri merupakan hasil kerja pengecap rasa (taste buds) yg terletak di lidah, pipi, kerongkongan, atap mulut, yg merupakan bagian dari cita rasa. Pada usia lanjut, pengecap rasa manusia akan berkurang jumlahnya, sehingga memerlukan lebih banyak bumbu untuk menimbulkan cita rasa yg sama. Untuk meningkatkan cita rasa seringkali digunakan bahan tambahan minuman untuk cita rasanya (Drummond & Brefere, 2010:4).

Ada kalanya minuman yg tersedia tidak mempunyai bentuk yg menarik meskipun kandungan gizinya tinggi, dengan arti lain kualitas dari suatu produk minuman sangat ditentukan oleh tingkat kesukaan kosumen terhadap minuman tersebut. Umumnya pengolahan minuman selalu berusaha untuk menghasilkan produk yg berkualitas baik. Kualitas minuman merupakan keseluruhan sifat-sifat dari minuman tersebut yg berpengaruh terhadap konsumen. Definisi bahan minuman tambahan merupakan bahan yg ditambahkan dengan sengaja ke dalam minuman dalam jumlah kecil, dengan tujuan untuk memperbaiki penampakan, cita rasa, tekstur flavor dan memperpanjang daya simpan (Garrow dan James, 2010:123).

2.1.4.1 Komponen-Komponen Cita Rasa

Kompleksitas suatu cita rasa dihasilkan oleh keragaman persepsi alamiah. Cita rasa dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu bau, rasa, dan rangsangan mulut (panas dan

dingin). Faktor yg pertama dapat dideteksi oleh indera pencium dan dua faktor yg disebutkan terakhir dapat dideteksi oleh sel-sel sensorik pada lidah. (Garrow dan James, 2010:124)

1. Bau

Bau merupakan salah satu komponen cita rasa pada minuman, yaitu memberikan aroma atau bau, maka dapat mengetahui rasa dari makana tersebut. Dimana bau ini dikenal dengan menggunakan hidung. Apabila bau minuman berubah maka tentu saja akan berpengaruh pada rasa. Bau tengik atau alkohol yg disebabkan oleh bahan minuman tersebut telah lama disimpan yg telah terkontaminasi dengan udara luar. Bau minuman banyak menentukan kelezatan bahan minuman tersebut. Dalam hal bau lebih banyak sangkut pautnya denga alat panca indera penciuman. Bau-bauan baru dapat dikenali bila berbentuk uap, dan molekul-molekul komponen bau tersebut harus sempat menyentuh sel olfactory, dan meneruskan ke otak dalam bentuk influks listrik.

2. Rasa

Rasa berbeda dengan bau dan lebih banyak melibatkan panca indera lidah. Rasa dapat dikenali dan dibedakan oleh kuncup-kuncup cecepan yg terletak pada papilla yaitu bagian noda darah jingga pada lidah.pada anak kuncup-kuncup perasa tersebut selain terletak di lidah juga terletak pada farinx, pelata bagian langit-langit yg lunak maupun keras. Papilla yg lain merupakan papila foliatadi bagian pinggir lidah dan apabila sirkumvalata yg melintang di lidah bagian belakang dan berbentuk huruf V. semuanya mempunyai kuncup cecapan, sedang bagian tengah lidah tidak. Papilia filiform tifak mengandung

kuncup-kuncup cecapan tetapi peka terhadap sentuhan.

3. Rangsangan Mulut

Selain dari komponen-komponen cita rasa tersebut diatas, komponen yg juga penting merupakan timbulnya perasaan seseorang setelah menelan suatu minuman. Bahan minuman yg mempunyai sifat merangsang syaraf perasa dibawah kulit muka, lidah, maupun gigi akan menimbulkan perasaan tertentu. Tekstur dan konsistensi suatu bahan akan mempengaruhi cita rasa yg ditimbulkan oleh bahan tersebut. Dari penelitian-penelitian yg dilakukan diperoleh bahwa perubahan tekstur atau viskositas bahan dapat mengubah rasa dan bau yg timbul karena dapat mempengaruhi kecepatan timbulnya rangsangan terhadap sel reseptor olfaktori dan kelenjar air liur. Semakin kental suatu bahan, penerimaan terhadap intensitas rasa, bau dan cita rasa semakin berkurang. Penambahan zat-zat pengental seperti CMC (Carboxy Methyl Cellulose) dapat mengurangi rasa asam sitrat, rasa pahit kafein, ataupun rasa manis sukrosa; sebaliknya akan meningkatkan rasa asin NaCl dan rasa manis sakarin. Rasa dipengaruhi oleh beberapa faktor; suhu, konsentrasi, dan interaksi dengan komponen rasa yg lain.

Citarasa kopi sangat bervariasi, setiap negara penghasil kopi memiliki banyak varian dengan karakteristik rasa yang berbeda-beda. Cupping test, dilakukan untuk mendefinisikan karakter dari masing-masing kopi tersebut. Berikut adalah standarisasi karakteristik citarasa kopi

1. Aroma

Langkah pertama untuk menentukan karakteristik dan citarasa kopi adalah melalui aromanya. Kita sering mendengar ataupun membaca beberapa karakteristik aroma kopi secara umum seperti *earthy*, *spicy*, *floral*, atau *nutty*. Aroma yang keluar dari secangkir kopi yang telah diseduh sekaligus mewakili dari rasa umum pada kopi tersebut. Belajar menentukan aroma kopi yang tepat merupakan langkah penting untuk lanjut ke tahap berikutnya yaitu mengenai *Flavour* atau Rasa.

2. Acidity

Tahap kedua adalah identifikasi mengenai Acidity atau kadar keasaman. Jika kita berbicara mengenai acidity, kita tidak berbicara mengenai unsur kimia pada secangkir kopi seperti PH dan yang lainnya, kita berbicara mengenai rasa asam yang terasa di lidah kita. Rasa asam mampu dirasakan oleh lidah bagian atas. Kita bisa mendefinisikan asam secangkir kopi seperti asam pada buah citrus. Umumnya ada 3 level acidity yaitu, Low, Medium, dan High Acidity. High acidity biasa disebut dengan istilah Bright, dan Low acidity biasa disebut dengan tangy atau crisp. Kopi yang memiliki low acidity akan terasa smooth dan clean di lidah, dan biasanya memiliki aftertaste yang lebih lama.

3. Body

Ini sama artinya dengan “berat” dari kopi tersebut. Pengertian body disini adalah apakah kopi tersebut terasa berat/full pada mulut kita ketika kita

menyeruput kopi tersebut. Kadang kita sering meminum kopi dengan rasa yang kuat, dan mulut terasa penuh, nah itu kita menyebutnya Full Body. Banyak juga kopi yang ketika kita seruput terasa ringan dan halus dimulus, disini kita bisa mendefinisikan karakter nya adalah light body. Perbandingannya adalah seperti kita meminum susu low fat dengan susu biasa. Akan terasa berbeda dimulut, yang satu terasa ringan dan halus, dan yang satu lagi terasa menempel di mulut.

4. Flavour

Tahapan terakhir dari uji citarasa kopi adalah Flavour atau karakter rasa dari kopi tersebut. Kita sering mendengar istilah rasa fruity, cocoa, citrus, dll pada kopi. Ini adalah definisi rasa dari kopi tersebut. Ketika kita meminum kopi, kita seperti merasakan sedang memakan buah tertentu atau jenis herbal tertentu.

Untuk menguasai 4 tahapan dalam cupping test kopi ini bukanlah hal mudah. Kita harus memulai dengan dengan mencoba minum kopi tanpa gula, dan kita harus mulai mencoba meminum kopi dari berbagai daerah di Indonesia. Dengan itu kita akan terbiasa mendefinisikan karakter dari *citarasa kopi* tersebut.

2.1.5 Pengertian Kopi

Kopi adalah sejenis minuman yang berasal dari proses pengolahan biji tanaman kopi. kopi digolongkan ke dalam famili *Rubiaceae* dengan genus *Coffea*. kopi hanya memiliki dua spesies yaitu *coffea arabica* dan *coffea robusta*. Kopi bisa digolongkan sebagai minuman psikostimulant yang akan menyebabkan orang tetap terjaga, mengurangi kelelahan, dan memberikan efek fisiologis berupa peningkatan energi. Kopi mulai masuk ke dalam bahasa-bahasa Eropa sekitar tahun 1600-an. Pada awalnya kopi berasal dari bahasa Turki, *kahveh*, yang diambil dari bahasa Arab '*qahwah*'. Kahveh bukanlah nama tanamannya tapi sudah menjadi nama minumannya, yang sebenarnya mempunyai arti anggur dalam bahasa Arab. istilah "*qahwa*" diadaptasi ke dalam bahasa lainnya seperti seperti bahasa Turki "*kahve*", bahasa Belanda "*koffie*", bahasa Perancis "*café*", bahasa Italia "*caffè*", bahasa Inggris "*coffee*", bahasa Cina "*ka-fey*", bahasa Jepang "*kehī*", dan bahasa melayu "*kawa*". Pada faktanya hampir semua istilah untuk kopi di berbagai bahasa memiliki kesamaan bunyi dengan istilah Arab (Ukers, 1922).

2.1.4.2 Jenis Jenis kopi

Pada awalnya biji kopi hanya terdapat dalam dua jenis, yaitu jenis biji kopi arabika dan jenis biji kopi robusta. Maupun adanya jenis biji kopi Liberika dan jenis biji kopi Congenis hanyalah perkembangan dari jenis robusta.

a. Arabika

Kopi jenis arabika berasal dari Etiopia dan sekarang telah di budidayakan di berbagai belahan dunia, mulai dari Amerika Latin, Afrika Tengah, Afrika Timur, India, juga Indonesia. Secara umum jenis biji kopi ini dapat tumbuh di negara- negara beriklim tropis atau subtropis dan tumbuh pada ketinggian

600-2000m diatas permukaan laut. pada umumnya tanaman ini dapat tumbuh optimal dengan suhu 18-26°C dalam kondisi lingkungan yang baik, tanaman ini dapat tumbuh hingga 3 meter dan menghasilkan biji kopi berukuran cukup kecil dan berwarna hijau hingga merah gelap (Sage, 2016).

b. Robusta

Kopi robusta ditemukan pertama kali di Kongo pada tahun 1898. Biji kopi robusta mengandung kadar kafein yang jauh lebih banyak sehingga menghasilkan rasa yang lebih pahit dari biji kopi jenis arabika. Biji jenis kopi robusta memiliki cakupan daerah tumbuh yang lebih luas dibandingkan dengan biji jenis kopi arabika yang hanya bisa tumbuh di ketinggian tertentu. kopi jenis robusta dapat ditumbuhkan dengan ketinggian 800m diatas permukaan laut. Nilai tambah dari jenis biji kopi ini juga lebih resisten terhadap serangan hama dan penyakit (Sage, 2016).

2.1.4.3 Kopi Puntang

Puntang adalah nama gunung yang berada di daerah Cimaung, Bandung Selatan, Jawa Barat. Kawasan ini memiliki sejarah yang kuat, Pada 1923, Groot merintis sebuah stasiun radio dengan nama Pemancar Radio Malabar. Yang membuat radio ini menjadi fenomenal adalah, antena pemancar sinyal yang digunakan membentang antara Gunung Malabar dan Gunung Halimun dengan panjang 2 kilometer dan tinggi 500 meter dari dasar lembah. (Permana, tanpa tahun).

Menurut data yang didapat dari Dinas Perkebunan Jawa Barat, penanaman tanaman kopi arabika ini bertujuan untuk menghijaukan lereng Gunung Puntang yang mulai rusak karena para petani sekitar menanam sayur-sayuran di lereng

Gunung Puntang. Para petani beranggapan bahwa menjual sayur-sayuran lebih bernilai dibandingkan menjual biji kopi karena dihargai sangat murah oleh para tengkulak. Lereng Gunung Puntang rusak akibat dari tidak ditanami dengan tanaman yang memiliki batang yang kuat. Seiring berjalanya waktu kopi arabika yang ditanam berhasil dikembangkan menjadi 10.000 bibit, 1000 diantaranya ditanam di lahan 2 hektar milik Perhutani dengan sistem pengelolaan hutan bersama masyarakat, dan sisanya dibagikan ke para petani lain.

Dengan kontribusi masyarakat sekitar, maka penanaman tanaman kopi di sekitar hutan Gunung Puntang dengan tujuan awal yaitu untuk menjadi tanaman pagar untuk melindungi tanaman sayuran yang ditanam tanpa aturan disekeliling Gunung Puntang. Upaya tersebut mulai menunjukkan hasilnya, tanaman kopi yang semula menjadi pembatas mulai berbuah dan mendatangkan manfaat ekonomi bagi para petani di sekitar Gunung Puntang. Tanaman kopi yang terletak di Gunung Puntang mulai dibudidayakan di tanah seluas 2 Ha pada bulan Juli tahun 2011, yaitu dengan sistem Pengelolaan Hutan Bersama Masyarakat (PHBM) hingga tahun 2016 telah meluas sebesar 4 Ha. Sebagai upaya untuk memperkenalkan produk kopi agar menembus pasar yang luas, maka berbagai event telah diikuti hingga akhirnya Kelompok Tani Puntang tergabung dengan sebuah lembaga yang bernama *Sustainable Coffee Platform of Indonesia* (SCOPI). Lembaga nirlaba tersebut terletak di Jakarta, dengan tujuan untuk mendorong para pembudidaya kopi agar menjalankan usaha budidaya kopi tersebut dengan prinsip-prinsip kelestarian lingkungan, serta memberikan kesempatan kepada para petani dalam rangka

perbaikan ekonomi dan ketahanan pangan melalui ajang pameran dan lomba uji cita rasa kopi.

Kopi Gunung Puntang diikuti sertakan pertama kali pada ajang kejuaraan cita rasa kopi *Jakarta Internasional Expo* November, 2015. Dari hasil kejuaraan tersebut kopi Gunung Puntang meraih nilai terbaik ke-1 (86,25) dan terbaik ke-2 (84,75). Hasil tersebut membuahkan hasil kopi Gunung Puntang mulai dikenal di kalangan pecinta kopi. Pada awal tahun 2016 pihak Kementerian Perdagangan RI yang didukung oleh *Caswells Coffee*, yaitu lembaga penjamin mutu produk kopi dengan sertifikat standar *Specialty Coffee Association of America* (SCAA), menyeleksi kualitas produk kopi dari berbagai daerah Indonesia yaitu sebanyak 74 sampel kopi, yang hasilnya akan diikuti sertakan dalam *Specialty Coffee Association of America* (SCAA) *Expo 2016* tanggal 14-17 April 2016 di Atlanta, Georgia, Amerika Serikat. (<http://pskl.menlhk.go.id/kliping/85-kopi-pemenang-dari-puntang.html>)

Tabel 2.1 Hasil Kurasi SCAA Expo

No	Nama kopi	Nilai	Asal kopi	Petani
1.	Gunung Puntang	86,25	Gunung Puntang Jawa Barat	Ayi Sutedja
2.	Mekarwangi	84,75	Mekarwangi, Sindangkerta	Wildan M
3.	Manggarai	84,50	Manggarai Florest NTT	Lodovikus V
4.	Malabar Honey	84,00	Pangalengan, Jawa Barat	Ir.Slamet P
5.	Atulintang	83,58	Atulintang, Aceh Tengah	Hanrita
6.	Toraja Sapan	83,50	Sapan, Toraja Sulawesi	Yehzkhiel
7.	Bluemoon Organic	83,50	Bali	
8.	Gayo Organic	83,33	Aceh Tengah	N/A

9.	Java Cibeber	83,33	Pangalengan, Jawa Barat	Asep
10.	Kopi Catur Wash	83,25	Desa Catur, Kintamani, Bali	I Ketut Jati

Tabel 2.1 Sumber: <http://disbun.jabarprov.go.id/index.php/artikel/detailartikel/81>

2.1.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Tabel 2.2

Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Judul	Hasil	Variabel	Alamat Website
-----------	---------------------------	--------------	-----------------	-----------------------

1.	(Drs. Jusmer Sihotang, M.Si,2014) Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Permintaan Kopi Indonesia di Pasar Domestik	Hasil penelitian ini adalah pendapatan penduduk berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan kopi.	Persamaan : - Harga kopi - Cita Rasa - Permintaan Kopi Perbedaan : - Kurs - Pemasaran	https://akademik.uhn.ac.id
2.	(Dewi Anggraini,2006) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Ekspor Kopi dari Indonesia ke Amerika	Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga kopi berhubungan negatif dengan permintaan kopi itu sendiri.	Persamaan : - Pendapatan Konsumen - Harga kopi. Perbedaan : - Harga Teh - Kurs - Konsumsi kopi - Ekspor kopi	https://eprints.undip.ac.id
3.	Elias Jahotsen Saragih (2002) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya permintaan Teh Hitam di Malaysia	Variabel yang secara konsisten berpengaruh terhadap permintaan ekspor teh hitam PT Pagilaran yaitu harga teh hitam itu sendiri, nilai tukar mata uang negara pengimpor terhadap rupiah, jumlah penduduk negara pengimpor dan produksi teh hitam.	Persamaan : - Harga kopi - Pendapatan Konsumen Perbedaan : - Harga teh - Kurs - Ekspor Kopi	https://repostory.ipb.ac.id

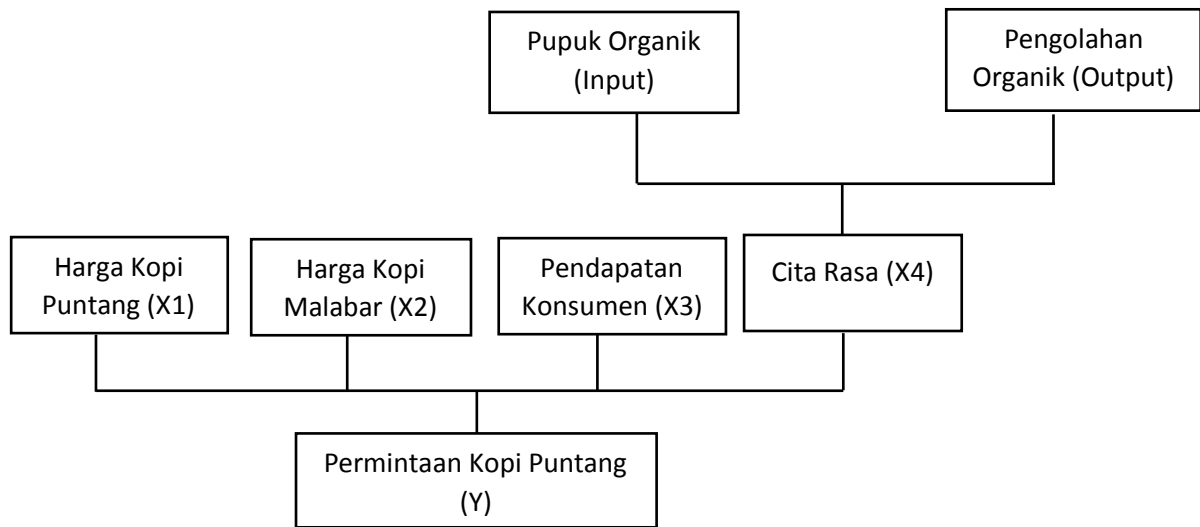
Tabel 2.2 Sumber : <https://media.neliti.com/media/publications/ut.pdf>

2.2 Kerangka Pemikiran

Dari beberapa referensi teori yang dijabarkan sebelumnya maka penulis mencoba mengkaji bagaimana permintaan terhadap kopi Gunung Puntang, penelitian ini memfokuskan pada perincian terhadap faktor- faktor yang mendukung terjadinya pengaruh permintaan kopi. Melihat dan memahami secara logis dan mengetahui faktor- faktornya berdasarkan teori yang ada, ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kopi diantaranya harga kopi itu sendiri, harga kopi lain, selera dan pendapatan konsumen. Setelah mengetahui faktor-faktor tersebut, diperlukan suatu analisis statistik agar mendapat suatu kesimpulan yang signifikan dan akurat.

Permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang ingin dan mampu dibeli oleh konsumen, pada berbagai tingkat harga, dan pada waktu tertentu. Bunyi hukum permintaan, apabila harga suatu barang naik maka jumlah barang yang diminta akan turun, sebaliknya jika harga suatu barang turun maka jumlah barang yang diminta akan bertambah, ceteris paribus akan berlaku dengan asumsi faktor-faktor lain diluar harga dianggap konstan.

Keunggulan dan kekhasan Cita Rasa kopi Puntang memberi kesan tersendiri bagi penikmat kopi dan menghantarkan kopi Puntang ke kancah Internasional. Petani kopi di Kecamatan Cimaung Kabupaten Bandung telah diakui sebagai penghasil kopi berkualitas. Hasil dari kopi tersebut selanjutnya akan dipasarkan oleh petani melalui beberapa saluran pemasaran, seperti penjualan kepada tengkulak, *coffe shop*, dan eksportir. Agar lebih jelas alur pikir penelitian dapat dilihat pada gambar berikut:



2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara yang kebenarannya perlu diuji. Hipotesis memungkinkan dalam menghubungkan teori dengan pengamatan atau pengamatan dengan teori. Hipotesis mengemukakan pernyataan tentang harapan peneliti mengenai hubungan-hubungan antara variabel-variabel dalam persoalan (W. Gulo. 2002). Maka berdasarkan kajian teoritis diatas dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini yaitu :

1. Harga Kopi Puntang diduga berpengaruh negatif terhadap permintaan Kopi Puntang.
2. Harga Kopi Malabar diduga berpengaruh negatif terhadap permintaan Kopi Puntang.
3. Pendapatan konsumen diduga berpengaruh positif terhadap permintaan Kopi Puntang.

4. Cita rasa Kopi Puntang diduga berpengaruh negatif terhadap permintaan kopi Puntang.