Frontier Agribisnis

https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/fag

OPEN ACCESS

e-ISSN 3048-1260

Volume 9 Nomor 1, Maret 2025

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN PADA KAFE DI KECAMATAN BARABAI KABUPATEN HULU SUNGAI TENGAH

Analysis of Consumer Preferences for Cafés in Barabai District Hulu Sungai Tengah Regency

Muhammad Shaufi[1], Nuri Dewi Yanti[1]*

[1]Program Studi Agribisnis/Jurusan SEP, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat
Jl. A. Yani km.36, Banjarbaru 70714, Kalimantan Selatan
*Corresponding author: ndyanti@ulm.ac.id.

ABSTRAK

Kata Kunci
Analisis Konjoin; Kafe; Konsumen; Preferensi.

Diterima: 3 Mei 2025
Disetujui: 14 Mei 2025
Diterbitkan on-line: 15 Mei 2025

Munculnya banyak kafe di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah mengakibatkan terjadinya persaingan yang semakin ketat di antara para pengusaha kafe, baik dalam menarik maupun mempertahankan loyalitas konsumen. Menghadapi persaingan maka pengusaha kafe perlu melakukan preferensi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik dan preferensi konsumen pada kafe di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Metode penarikan sampel pada penelitian ini yaitu *accidental sampling* dengan jumlah responden yang ditetapkan sebanyak 75 orang. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis konjoin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik responden berasal dari berbagai Kecamatan di Kabupaten Hulu Sungai Tengah tetapi mayoritas berasal dari Kecamatan Barabai. Responden sebagian besar berjenis kelamin perempuan, berada pada usia 20-30 tahun, mayoritas responden merupakan pelajar/mahasiswa, memiliki pendidikan terakhir SMA/sederajat, sebagian besar responden belum menikah dan memiliki uang saku kurang dari Rp 1.000.000. Atribut kafe yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih kafe, secara berurutan adalah harga, menu, rasa kopi, fasilitas, suasana kafe, pelayanan staf, dan tata ruang.

PENDAHULUAN

Pada awalnya, kafe hanya dikenal sebagai tempat sederhana untuk menikmati secangkir kopi. Namun, seiring dengan perkembangan zaman dan perubahan gaya hidup kafe berubah menjadi ruang sosial yang populer di berbagai kalangan. Orang mendatangi kafe tidak hanya sekedar menikmati makanan dan minuman, namun mereka juga melakukan berbagai kegiatan seperti bersantai dan mengerjakan tugas sekolah atau pekerjaan (Priyanti *et al*, 2022).

Fenomena ini tidak hanya terjadi di kota-kota besar, tetapi juga mulai merambat kota-kota kecil, termasuk pada Kecamatan Barabai di Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Wilayah ini telah menjadi saksi dari pesatnya pertumbuhan kafe dengan berbagai konsep menarik seperti industrial, natural, *vintage*, dan minimalis.

Berikut adalah daftar kafe di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah:

Tabel 1. Daftar kafe Kecamatan Barabai

No	Nama	Tahun Buka	Alamat
1	Satuagustus Coffee & Eatery	2021	Jl. Antasari No 57, Barabai Timur Kec. Barabai
2	404 Coffee	2022	Jl. Antasari No 11, Barabai Timur Kec. Barabai
3	Co.as	2022	Jl. Ir. Pangeran Haji Muhammad Nur, Barabai Timur, Kec. Barabai
4	Helios Space	2022	Jl. A. Yani, Barabai, Kec. Barabai
5	Livy Indonesia	2022	Jl. H. Abdul Muis Ridani, No. 60, Mandingin, Kec. Barabai
6	Sabanua Coffee	2022	Jl. A. Yani, Mandingin, Kec. Barabai
7	Safe and Sound	2022	Jl. Telaga, Barabai Timur, Kec. Barabai
8	1.40 Coffee	2023	Jl. H. Abdul Muis Ridani, Barabai Timur, Kec. Barabai
9	Atila Coffee	2023	Jl. Ganesha, Barabai Selatan, Kec. Barabai
10	Homsayo	2023	Jl. Brigjen H. Hasan Basri, Barabai Selatan, Kec. Barabai
11	Samara	2023	Jl. Keramat Manjang, Barabai Utara, Kec. Barabai
12	Toko Kopi Bumi	2024	Jl. Hevea Baru, Barabai Darat, Kec. Barabai

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2024.

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat pertumbuhan kafe di Kecamatan Barabai terutama setelah pandemi Covid-19 memperlihatkan peningkatan minat pelanggan. Munculnya banyak kafe di Barabai mengakibatkan terjadinya persaingan yang semakin ketat di antara para pengusaha kafe, baik dalam hal menarik minat konsumen, menawarkan variasi produk dan layanan, maupun menciptakan suasana yang nyaman dan unik guna mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah pasar yang semakin kompetitif. Menghadapi persaingan yang disebabkan banyaknya muncul kafe baru, maka pengusaha kafe perlu melakukan preferensi konsumen (Aula *et al*, 2023). Preferensi merupakan pilihan, kecenderungan atau kesukaan seseorang terhadap sesuatu, yang dalam konteks konsumsi diartikan sebagai pendapat atau penilaian individu terhadap berbagai produk atau jasa yang mereka digunakan. Tingkat preferensi bervariasi berdasarkan perspektif masing-masing individu (Syam *et al*, 2022).

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti ingin melakukan penelitian yang bertujuan untuk mempelajari karakteristik dan preferensi konsumen terhadap kafe di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah yang bermanfaat untuk pengembangan usaha kafe di Kecamatan Barabai dan kafe dapat menjadi sektor yang berpeluang menjadi salah satu penggerak ekonomi di Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

Tujuan dan Kegunaan

Penelitian ini bertujuan (1) menganalisis karakteristik konsumen pada kafe di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah dan (2) menganalisis preferensi konsumen pada kafe di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Kegunaan Penelitian ini adalah (1) bagi peneliti meningkatkan pengetahuan terkait preferensi konsumen pada kafe di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah; (2) bagi pemodal atau orang yang berinvestasi sebagai dasar dalam pengambilan keputusan investasi; (3) bagi pembaca sebagai bahan informasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya.

METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah dan dimulai pada bulan Oktober 2024 sampai dengan Mei 2025.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari konsumen kafe dan berdasarkan referensi penelitian terdahulu, jurnal ilmiah, dan buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

Metode Penarikan Contoh

Metode yang digunakan adalah metode *accidental sampling*. Responden yang diperlukan yaitu konsumen kafe dan sedang mengunjungi kafe tersebut. Untuk jumlah responden sebanyak 75 orang. Pengambilan sampel dibagi di beberapa kafe, untuk kafe yang diambil bertemakan industrial dikarenakan menurut Fahtoni (2022) tema ini sering dianggap sebagai simbol modernisasi bagi wilayah yang sedang berkembang seperti di Kecamatan Barabai. Pembagian pengambilan sampel berdasarkan tingkat keramaian suatu kafe dan dilakukan pada hari kerja dan hari libur. Berikut adalah pembagian pengambilan sampel:

Tabel 2. Pembagian pengambilan sampel

No	Nama	Hari Kerja	Hari Libur	Jumlah
1	Satuagustus Coffee & Eatery	7	8	15
2	Helios Space	5	7	12
3	Livy Indonesia	6	12	18
4	Sabanua Coffee	3	7	10
5	Toko Kopi Bumi	7	13	20
Jumlah				75

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2025.

Analisis Data

Untuk menjawab tujuan pertama yaitu Menganalisis karakteristik konsumen pada kafe di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah menggunakan analisis deskriptif dan untuk menjawab tujuan kedua yaitu Menganalisis preferensi konsumen pada kafe di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah digunakan analisis konjoin dengan beberapa tahapan

1. Menentukan serta merancang atribut dan level
   Proses penentuan atribut dan level merujuk pada penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian dan atribut ini dijadikan sebagai variabel penelitian. Untuk atribut yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

Tabel 3. Atribut dan level

No	Atribut	Level	Keterangan
1	Menu	1	Hanya minuman
		2	Minuman dan Cemilan
		3	Minuman, Cemilan, Makanan Berat
2	Rasa Kopi	1	Manis
		2	Sedang
		3	Pahit
3	Harga	1	< Rp 25.000
		2	Rp 25.000 – Rp 40.000
		3	> Rp 40.000
4	Tata Ruang	1	*Indoor*
		2	*Outdoor*
		3	Semi *Outdoor*
5	Pelayanan Staf	1	Sopan
		2	Ramah
		3	Tanggap
6	Suasana Kafe	1	Tenang
		2	Ramai
		3	Alunan musik
7	Fasilitas	1	Tempat ibadah
		2	Lahan parkir luas
		3	Wi-fi

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2025.

2. Perancangan Stimuli
   Perancangan stimuli dalam penelitian ini menggunakan prosedur *orthogonal* pada perangkat lunak SPSS dan menghasilkan 18 stimuli.

3. Menentukan metode pengumpulan data
   Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Untuk mengukur atribut dengan cara memberikan skor terhadap stimuli kafe menggunakan skala likert dengan urutan berikut:
   1 = Sangat tidak suka
   2 = Tidak suka
   3 = Cukup suka
   4 = Suka
   5 = Sangat suka

4. Analisis data

   Setelah data atau skor terkumpul maka dilakukan analisis konjoin untuk menghitung nilai *utility* atau skor preferensi dan tingkat kepentingan relatif. Proses analisis konjoin dilakukan dengan cara memasukan kalimat perintah untuk di *Synatx Editor* pada menu program IBM SPSS *Statistic* 21.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Pada penelitian ini karakteristik responden pada penelitian meliputi domisili, jenis kelamin, usia, pekerjaan saat ini, pendidikan terakhir, dan jumlah uang saku atau gaji perbulan.

Domisili. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden berasal dari berbagai domisili di Kabupaten Hulu Sungai Tengah, yang mayoritas responden berasal dari domisili Barabai yaitu 44 responden (58,7%). Hal ini disebabkan sebagian besar kafe berada di Barabai, sehingga saat pengumpulan data jumlah responden dari daerah ini menjadi lebih banyak dibanding kecamatan lainnya.

Responden dari Domisili Pandawan berjumlah 9 orang (12%), menjadi jumlah terbanyak kedua karena letaknya yang berdekatan dengan Barabai dan jumlah penduduk terbanyak kedua setelah Barabai. Responden dari domisili lain sedikit karena keterbatasan akses terhadap kafe ke seluruhnya berada di Barabai, sehingga frekuensi kunjungan masyarakat lebih rendah.

Tabel 4. Domisili responden

Kecamatan	Jumlah	Persentase (%)
Barabai	44	58,7
Batang Alai Selatan	8	10,7
Batang Alai Timur	1	1,3
Batu Benawa	1	1,3
Hantakan	1	1,3
Haruyan	3	4
Labuan Amas Selatan	4	5,3
Labuan Amas Utara	1	1,3
Pandawan	9	12
Batang Alai Utara	3	4
Total	**75**	**100,0**

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2025.

Jenis Kelamin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 47 orang (62,7%) daripada laki-laki. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan perempuan yang menyukai keindahan dan keestetikaan sebuah kafe, terutama untuk memenuhi kebutuhan di media sosialnya sedangkan laki-laki lebih tertarik pada tempat yang nyaman dalam bersantai dan bekerja tanpa terfokus akan adanya estetika.

Tabel 5. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	28	37,3
Perempuan	47	62,7
Total	**75**	**100,0**

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2025.

Usia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 53 responden (70,7%) merupakan kelompok 20-30 tahun. Hal ini karena kelompok lebih aktif dalam bekerja, belajar, dan bersosialisasi di kafe. Usia di bawah 20 tahun lebih sedikit karena masih tergantung orang tua dan jarang keluar sendiri. Sementara usia di atas 30 tahun cenderung sibuk dengan pekerjaan atau keluarga, sehingga jarang mengunjungi kafe.

Tabel 6. Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
< 20 Tahun	12	16
20-30 Tahun	53	70,7
> 30 Tahun	10	13,3
Total	**75**	**100,0**

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2025.

Pekerjaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 43 responden (57,3%) merupakan pelajar atau mahasiswa. Hal ini dikarenakan mereka banyak menghabiskan waktu di kafe untuk bersantai dan mengerjakan tugas. Pegawai negeri berada di urutan kedua karena mereka datang untuk relaksasi setelah jam kerja, namun waktunya terbatas. Wiraswasta berada di urutan ketiga karena meski lebih fleksibel dari pegawai negeri dalam mengatur waktu namun, penghasilan mereka yang tidak menentu menjadi kendala untuk ke kafe. Tidak/belum bekerja jarang ke kafe karena keterbatasan biaya dan aktivitas. Ibu rumah tangga sangat jarang ke kafe karena lebih fokus pada urusan rumah tangga dan waktu luangnya lebih sedikit.

Tabel 7. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	43	57,3
Pegawai Negeri	16	21,4
Wiraswasta	11	14,7
Ibu Rumah Tangga	1	1,3
Tidak/Belum Bekerja	4	5,3
Total	**75**	**100,0**

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2025.

Pendidikan Terakhir. Hasil penelitian menunjukkan 34 responden (45,33%) memiliki pendidikan terakhir SMA/sederajat. Hal ini dikarenakan sebagian besar responden berusia 20–30 tahun masih kuliah atau baru mencari pekerjaan, sehingga menjadikan kafe sebagai tempat belajar dan bersosialisasi. Responden sarjana dan diploma berada diposisi kedua dan ketiga serta memiliki jumlah yang perdekatan dikarenakan mereka umumnya sudah bekerja atau baru lulus sehingga menjadikan kafe sebagai tempat bekerja, atau bersantai. SMP/sederajat menjadi paling sedikit karena umumnya belum mandiri secara finansial.

Tabel 8. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
SMP/Sederajat	7	9,34
SMA/Sederajat	34	45,33
Diploma	15	20
Sarjana	19	25,33
Total	**75**	**100,0**

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2025.

Status Pernikahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 62 responden (82,7%) belum menikah. Hal ini dikarenakan masa lajang lebih memiliki kebebasan dalam mengatur waktu dan bersosialisasi dimanapun khususnya di kafe sedangkan responden yang sudah menikah lebih sedikit karena biasanya mereka memiliki tanggung jawab yang lebih besar, sehingga waktu untuk mengunjungi kafe menjadi terbatas.

Tabel 9. Karakteristik responden berdasarkan status pernikahan

Status Pernikahan	Jumlah	Persentase (%)
Belum Menikah	62	82,7
Sudah Menikah	13	17,3
Total	**75**	**100,0**

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2025.

Uang Saku/ gaji perbulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 36 responden (48%) memiliki uang saku/gaji perbulan kurang dari Rp1.000.000 dikarenakan banyaknya responden masih berstatus pelajar atau mahasiswa yang belum memiliki pekerjaan yang menganggap kafe sebagai tempat belajar dan bersosialisasi dengan harga yang terjangkau. Uang saku/gaji antara 1 hingga 3 juta, umumnya mereka memiliki pekerjaan paruh waktu, magang, atau baru bekerja, mereka cenderung mengunjungi kafe untuk bersantai atau bekerja setelah aktivitas mereka. lebih dari 3 juta lebih jarang ke kafe, karena mereka sudah memiliki kenyamanan di rumah atau tempat kerja, dan kafe biasanya hanya dikunjungi untuk pertemuan bisnis atau relaksasi.

Tabel 10. Karakteristik responden berdasarkan uang saku

Uang Saku	Jumlah	Persentase (%)
< Rp. 1.000.000	36	48,0
Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000	32	42,7
> Rp. 3.000.000	7	9,3
Total	**75**	**100,0**

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2025.

Preferensi Konsumen Pada Kafe di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah

Untuk mengetahui preferensi konsumen pada kafe di Kecamatan Barabai maka dilakukan analisis konjoin dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS *Statistics* 21 untuk mendapatkan tingkat kepentingan atribut dan tingkat preferensi setiap atribut.

Tingkat Kepentingan Atribut. untuk mengetahui atribut yang paling penting bagi konsumen yang dapat dilihat dari nilai kepentingan relatif.

Atribut harga berada di posisi pertama sebagai atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen dengan nilai kepentingan relatif sebesar 23,7%. Hal ini dikarenakan Kabupaten Hulu Sungai Tengah yang berada pada posisi kedua untuk persentase penduduk miskin yaitu sebesar 5,84% (BPS Kabupaten HST, 2024) sehingga konsumen yang merupakan masyarakat daerah tersebut lebih mempertimbangkan atribut harga.

Atribut kedua yang dipertimbangkan oleh konsumen adalah atribut menu yang memiliki nilai kepentingan 15,9%. Hal ini dikarenakan

bagi konsumen, menu dapat meningkatkan kenyamanan serta membantu mereka dalam melakukan kegiatan yang lama di kafe tanpa harus keluar untuk mencari tempat makan. Kebanyakan konsumen kafe merupakan kelompok usia 20-30 tahun yang kelompok tersebut sangat menyukai menu yang menarik dan tren untuk memenuhi gaya hidupnya.

Atribut ketiga yang dipertimbangkan oleh konsumen adalah atribut rasa kopi yang memiliki nilai kepentingan 15,2%. Hal ini dikarenakan tren ngopi dan nongkrong di kafe kini semakin berkembang di berbagai wilayah salah satunya Kecamatan Barabai sehingga konsumen cenderung memilih kafe yang memiliki rasa kopi yang khas dan sesuai di lidah mereka.

Atribut keempat dan kelima yang dipertimbangkan oleh konsumen adalah atribut fasilitas dan suasana kafe yang memiliki nilai kepentingan yang hampir seimbang yaitu 11,5% dan 11,4%. Hal ini dikarenakan banyak konsumen yang datang untuk bekerja, belajar, ataupun bersantai dalam waktu yang lama sehingga membutuhkan fasilitas yang dapat mendukung dan suasana yang nyaman untuk kegiatan mereka.

Atribut keenam yang dipertimbangkan adalah atribut pelayanan dengan nilai kepentingan 11,2%. Hal ini dikarenakan beberapa kafe di Kecamatan Barabai sudah menerapkan sistem pemesanan di kasir (*self-service*) sehingga mengurangi interaksi konsumen dengan stafnya.

Atribut terakhir yang dipertimbangkan oleh konsumen adalah atribut tata ruang yang memiliki nilai kepentingan yaitu 11,0%. Hal ini dikarenakan konsumen lebih fokus pada aspek yang langsung mempengaruhi kepuasan mereka seperti menu, rasa, dan harga. Selama tata ruang terasa nyaman dan tidak mengganggu maka atribut ini dianggap sudah memenuhi standar.
kepentingan relatif

Tabel 11. Nilai kepentingan relatif

Atribut	Nilai Kepentingan Relatif (%)
Menu	15,9
Rasa Kopi	15,2
Harga	23,7
Tata Ruang	11
Pelayanan Staf	11,2
Suasana Kafe	11,4
Fasilitas	11,5
Total	**100,0**

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2025

Tingkat Preferensi Setiap Atribut. Untuk mengetahui tingkat kesukaan konsumen terhadap setiap atribut yang dipilihnya dapat dilihat dari *Utility Estimate* atau skor preferensi. Semakin tinggi skor preferensinya maka besar tingkat kesukaan konsumen untuk memilih suatu atribut sebaliknya semakin rendah skor preferensinya maka semakin kecil tingkat kesukaan konsumen dalam memilih atribut tersebut.

Mayoritas konsumen menyukai kafe yang menawarkan minuman, camilan, dan makanan berat dari pilihan dalam atribut menu dengan skor preferensi tertinggi (0,228). Hal ini dikarenakan konsumen tidak hanya mengunjungi kafe untuk sekedar menikmati minuman, tetapi juga untuk bersantai ataupun mengerjakan sesuatu dalam waktu yang lama dan Kecamatan Barabai merupakan pusat kota dan kuliner yang membuat konsumen disana memiliki minat yang tinggi terhadap berbagai jenis kuliner, sehingga keberadaan kafe yang memiliki menu yang lengkap dan beragam menjadi hal yang disukai untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Preferensi konsumen terhadap rasa kopi paling tinggi terdapat pada rasa sedang, dengan skor sebesar (0,133). Kopi yang memiliki rasa sedang adalah kopi dengan tingkat manis dan pahit yang seimbang, atau rasa kopi yang tidak terlalu kuat atau terlalu lemah sehingga memberikan konsumen pengalaman menikmati minuman dengan lebih nyaman selain itu, rasa sedang cocok dengan berbagai kalangan mulai dari remaja bahkan orang dewasa serta konsumen yang baru merasakan ngopi.

Konsumen paling menyukai kafe yang memiliki harga menu di bawah Rp. 25.000 dengan skor preferensi tertinggi (0,368). Hal ini dikarenakan mayoritas konsumen memiliki uang saku/gaji perbulan dibawah 1 juta yang membuat adanya keterbatasan dalam daya beli sehingga mereka memilih kafe yang dapat membantu mereka melakukan kegiatan tanpa merasa terbebani secara finansial.

Atribut tata ruang yang paling disukai konsumen yaitu semi *outdoor* dengan skor preferensi (0,039). Hal ini karena tata ruang semi *outdoor* menawarkan gabungan antara kenyamanan ruangan *indoor* dengan suasana *outdoor* yang segar sehingga konsumen dapat menikmati suasana terbuka dengan udara segar namun tetap memiliki kenyamanan layaknya di dalam ruangan.

Atribut pelayanan staf yang paling disukai konsumen yaitu pelayanan sopan dengan skor preferensi (0,024) yang artinya etika dalam bentuk kesopanan menjadi faktor utama dalam memberikan pengalaman menyenangkan untuk konsumen. Selain itu, sebagai bagian dari budaya Banjar yang sangat menjunjung kesopanan dan tata krama, masyarakat Kabupaten Hulu Sungai Tengah cenderung menghargai pelayanan yang sopan dan mencerminkan sikap profesional.

Atribut suasana kafe, yang paling disukai konsumen yaitu suasana yang tenang dengan skor preferensi (0,104). Hal ini dikarenakan banyak konsumen memerlukan tempat yang kondusif untuk fokus bekerja ataupun untuk beristirahat dari kesibukan sehari-hari.

Atribut fasilitas yang paling disukai oleh konsumen adalah tempat ibadah dengan skor preferensi (0,017) yang artinya sebagai daerah dengan mayoritas penduduk beragama islam, Kabupaten Hulu Sungai Tengah sangat menjunjung tinggi nilai religious dan sangat menghargai ketersediaan tempat ibadah dalam fasilitas publik, termasuk kafe.

Tabel 12. Tingkat preferensi pada setiap atribut

Atribut	Level (Pilihan Dalam Atribut)	Skor Preferensi
Menu	Hanya Minuman	-.174
	Minuman dan Cemilan	-.054
	Minuman, Cemilan, dan Makanan Berat	.228
Rasa Kopi	Manis	.050
	Sedang	.133
	Pahit	-.183
Harga	< Rp. 25.000	.368
	Rp. 25.000-Rp 40.000	.073
	> Rp. 40.000	-.441
Tata Ruang	*Indoor*	.026
	Outdoor	-.065
	Semi *Outdoor*	.039
Pelayanan Staf	Sopan	.024
	Ramah	-.001
	Tanggap	-.023
Suasana Kafe	Tenang	.104
	Ramai	-.014
	Alunan Musik	-.090
Fasilitas	Tempat Ibadah	.017
	Lahan Parkir Luas	-.012
	Wi-fi	-.005

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2025

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Karakteristik responden yang merupakan konsumen kafe berasal dari berbagai Kecamatan di Kabupaten Hulu Sungai Tengah tapi mayoritas berasal dari Kecamatan Barabai. Sebagian besar pengunjung kafe berjenis kelamin perempuan. Ditinjau usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia antara 20-30 tahun. Mayoritas responden merupakan pelajar atau mahasiswa yang mungkin saja berkunjung untuk mengerjakan tugas ataupun belajar bersama. Kebanyakan responden memiliki pendidikan terakhir SMA/sederajat. Sebagian besar responden belum menikah dan responden sebagian besar memiliki uang saku atau gaji kurang dari Rp1.000.000.

2. Atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih kafe, secara berurutan adalah harga, menu, rasa kopi, fasilitas, suasana kafe, pelayanan staf, dan tata ruang. Untuk tingkat kesukaan konsumen terhadap setiap atribut dalam mengunjungi kafe di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah adalah menu kafe yang meliputi minuman, cemilan, dan makanan berat. Rasa kopi yang sedang, harga yang kurang dari Rp25.000, tata ruang yang semi *outdoor*, pelayanan staf yang sopan, suasana kafe yang tenang dan memiliki fasilitas tempat ibadah.

Saran

1. Bagi pengelola kafe disarankan untuk memperhatikan atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen yaitu atribut harga. Dengan cara memberikan promo harga yang dapat menarik banyak konsumen terutama pelajar dan mahasiswa yang banyak menghabiskan waktu di kafe.

2. Bagi pemodal disarankan untuk mendanai pengembangan kafe dengan desain ruang yang estetika untuk menarik konsumen berjenis kelamin perempuan.

3. Bagi peneliti selanjutnya dapat lebih fokus meneliti dengan kelompok usia remaja akhir dan dewasa awal yang merupakan konsumen mayoritas kafe di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

DAFTAR PUSTAKA

Aula, R., Fajeri, H., & Mariani. (2023). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian di Coffee Shop Satutujuh.an. *Frontier Agribisnis*, *7*(2), 224–231.

BPS Kabupaten Hulu Sungai Tengah. (2024). Kabupaten Hulu Sungai Tengah dalam Angka 2024.

Fahtoni, H. (2022). Pemaknaan Aktivitas Nongkrong di Kafe sebagai Budaya Milenial: Studi Fenomenologi Terhadap Pengunjung Kafe di Kota Pematangsiantar. Communication & Social Media, 2(1), 14–21

Priyanti, W. G., Sulismadi, & Kumalasari, L. D. (2022). Gaya Hidup Nongkrong Mahasiswa di Malang (Studi Pengunjung Kedai Kopi or Traffic Sengkaling, Kabupaten Malang). *Jurnal Sosiologi Nusantara*, *8*(2), 265–278.

Syam, S. A., Haeruddin, M. I. W., Ruma, Z., Musa, M. I., & Hasbiah, S. (2022). Pengaruh Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace. *Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, *18*(2), 73–79.