SEMINAR NASIONAL HASIL PENELITIAN DAN PENGABDIAN 2026

UNIVERSITAS LAMPUNG

DIKTISAINTEK BERDAMPAK

JUDUL PENELITIAN/PENGABDIAN

PRODUKSI DAN KONSUMSI BERKELANJUTAN PADA BISNIS KOPI UNTUK MENDUKUNG EKONOMI HIJAU DI PROVINSI LAMPUNG

Penulis & Afiliasi

Suprihatin Ali, Dadang Karya Bakti, Dini Mustika Buana Putri, Anisa Utami, K. Bagus Wardianto

FISIP Universitas Lampung

suprihatin.ali@fisip.unila.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

- Lampung merupakan salah satu sentra produksi kopi terbesar di Indonesia, didominasi kopi robusta.
- Mayoritas petani kopi masih berada pada kelompok berpenghasilan rendah, sehingga kebutuhan ekonomi jangka pendek sering mengalahkan pertimbangan keberlanjutan ekologis.
- Kondisi ini menimbulkan behavioral *gap* antara niat berproduksi dan berkonsumsi secara berkelanjutan dengan praktik nyata di lapangan.
- Kajian *Sustainable Consumption and Production (SCP)* pada bisnis kopi Lampung perlu melihat faktor sosial, psikologis, dan struktural yang membentuk keputusan pelaku.

Rumusan Masalah

- Bagaimana jaringan sosial, kepercayaan sosial, norma sosial, dan efikasi diri memengaruhi perilaku konsumsi kopi berkelanjutan?
- Apakah faktor psikologis-sosial berhubungan signifikan dengan perilaku nyata konsumen muda?
- Faktor manakah yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan konsumsi kopi ramah lingkungan?

Tujuan

- Mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor determinan perilaku konsumsi kopi berkelanjutan di Provinsi Lampung, khususnya Kota Bandar Lampung.

METODOLOGI

Metode Penelitian

Mixed-methods: kuantitatif deskriptif-eksplanatori dan eksplorasi kualitatif.

Subjek/Sampel

300 responden konsumen kopi di Kota Bandar Lampung; 400 petani kopi di Lampung Barat, Tanggamus, Way Kanan, dan Lampung Utara serta pemangku kepentingan kunci.

Langkah-langkah

Penyusunan instrumen → survei & wawancara → pembersihan data → uji validitas & reliabilitas → analisis PLS-SEM dan tematik → sintesis implikasi.

Analisis Data

SmartPLS 4 untuk outer model, inner model, dan bootstrapping; analisis tematik model Miles & Huberman dengan bantuan NVivo.

Profil responden utama:

Gen Z ≤30 tahun 97,8%; mahasiswa 68,3%; perempuan 68,7%; laki-laki 31,3%.

HASIL

Koefisien Pengaruh Faktor



Rantai Nilai Kopi Berkelanjutan



Petani Kopi → Kedai/Kafe → Konsumen Muda

Ringkasan Temuan

Faktor	Hasil
Norma sosial	pengaruh positif signifikan
Efikasi diri	pengaruh positif signifikan
Kepercayaan sosial	pengaruh positif signifikan
Jaringan sosial	tidak signifikan

Konsumen muda terdorong oleh tekanan sosial positif, keyakinan pada sertifikasi, dan kemampuan diri untuk menerapkan perilaku ramah lingkungan.

PEMBAHASAN

- Norma sosial dan efikasi diri menjadi pendorong utama yang mengubah niat menjadi tindakan nyata, seperti membawa wadah sendiri, memilih kopi bersertifikasi, dan mengolah ampas kopi.
- Kepercayaan sosial terhadap keaslian klaim keberlanjutan serta keadilan sertifikasi meningkatkan keputusan membeli kopi etis.
- Jaringan sosial belum berpengaruh signifikan karena komunitas kopi dan media sosial responden masih banyak digunakan untuk rekreasi dan gaya hidup, belum optimal sebagai ruang edukasi ekologis.

Implikasi Praktis

- Penguatan *green marketing*, edukasi konsumen, dan transparansi sertifikasi perlu menjadi strategi utama pelaku usaha kopi.

Rekomendasi Lanjutan

- Kembangkan pusat daur ulang ampas kopi dan libatkan komunitas muda sebagai *green ambassadors*.

KESIMPULAN

Hasil pengujian SEM-PLS menunjukkan bahwa perilaku konsumsi kopi berkelanjutan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh norma sosial (0,339), efikasi diri (0,317), dan kepercayaan sosial (0,283), sedangkan jaringan sosial tidak signifikan. Norma sosial dan efikasi diri menjadi dua faktor pendorong terkuat dalam mengubah niat menjadi aksi nyata pro-lingkungan. Kerangka teoritis yang diajukan terbukti cukup solid untuk memprediksi arah adopsi perilaku produksi dan konsumsi kopi berkelanjutan.

Implikasi

- Pelaku usaha kopi perlu menguatkan narasi pemasaran hijau dan edukasi penyeduhan ramah lingkungan.
- Pemerintah perlu memberi insentif bagi produsen ramah lingkungan dan memperkuat ekonomi sirkular berbasis limbah ampas kopi.
- Akademisi perlu memperluas wilayah riset dan menambahkan variabel ekonomi seperti harga dan citra merek.

REFERENSI

1. Ali, S., Sulistiowati, R., Wulandari, C., & Riniarti, M. (2021). *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 918*, 012007.
2. Ali, S., Wulandari, C., Budiono, P., & Endaryanto, T. (2024). *Proceedings of Midyear International Conference, 3.*
3. Sarıoğlu, C. (2026). *International Review of Management and Marketing, 16*(4).
4. Wijaya, T., Bakti, D. K., Pratama, M. A., & Ali, S. (2025). *BIO Web of Conferences, 158*, 02008.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Lampung atas Hibah BLU Tahun 2026.

Disajikan pada Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian 2026

Kode QR atau tautan