

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kopi merupakan jenis tanaman berbentuk pohon yang tumbuh tegak, bercabang dan mampu tumbuh hingga ketinggian 12 m. Tanaman kopi memiliki bentuk daun bulat telur dengan ujung meruncing dan menghasilkan buah kopi dengan ciri-ciri berwarna merah-kehitaman ketika sudah matang. Buah kopi tersebut merupakan cikal bakal 'kopi', jenis minuman yang berasal dari proses dan pengolahan biji kopi (Titik Widyastuti, 2013).

Dewasa ini, kopi menjadi komoditi ekspor yang potensial dan menguntungkan di Indonesia. Hal tersebut didukung dengan data dari *Food and Agriculture Organization* (FAO) pada tahun 2012 bahwa Indonesia merupakan negara pengekspor kopi terbesar ketiga di dunia setelah Brazil dan Vietnam dengan total produksi mencapai angka 684.076 ton dengan total ekspor sebesar 432.781 ton pada tahun 2012. Tingkat konsumsi kopi masyarakat dunia sendiri menurut data dari *Euromonitor International* pada tahun 2012 mengalami peningkatan persentase hingga angka 75% – 100% di kawasan Amerika Serikat dan Uni Eropa seperti Jerman serta 25% - 50% di kawasan Asia dan Rusia.

Menurut data dari Kementerian Pertanian tahun 2014 bahwa produksi kopi Indonesia, khususnya untuk D. I. Yogyakarta pada tahun 2010 - 2013 yaitu;

Tabel 1. Total produksi kopi D. I. Yogyakarta

Komoditi	Satuan	Tahun			
		2010	2011	2012	2013
Kopi arabika	Ton	26.00	5.00	6.00	4.00
Kopi robusta	Ton	369.00	357.00	795.00	732.00
Total	Ton	395.00	362.00	801.00	736.00

Sumber: Kementerian Pertanian Republik Indonesia Tahun 2014 (Diolah)

Berdasarkan data tersebut, sudah sewajarnya jika kopi menjadi salah satu komoditi yang menguntungkan untuk diusahakan baik sebagai produk mentah, olahan ataupun ekspor.

Bagi sebagian orang, kopi merupakan minuman yang memiliki daya tarik tersendiri. Kopi seringkali menjadi minuman untuk memulai aktivitas di pagi hari ataupun saat santai di sore hari sebagai pelepas lelah setelah seharian beraktivitas. Kopi juga seringkali dihidangkan di acara informal–nonformal seperti *meeting* mengenai bisnis, politik dan juga pilihan minuman saat berkumpul bersama keluarga ataupun sahabat.

Saat ini, tidak sedikit individu-individu yang memilih usaha berkaitan dengan kopi, baik sebagai produsen ataupun pemasar secara umum seperti *cafe*, restoran ataupun kedai-kedai kopi khususnya yang menawarkan berbagai varian minuman olahan berbahan dasar kopi seperti *cappucino*, *moccacino* dan juga *caffe latte*. Selain itu, terdapat juga olahan kopi dalam berbagai varian rasa yang dikemas menggunakan *sachet* dan dapat dinikmati oleh masyarakat umum secara praktis meskipun tentunya terdapat perbedaan kualitas dengan kopi-kopi yang ditawarkan di kedai-kedai kopi.

Konsumen kopi pun tidak lagi terbatas pada orang tua dan dewasa, kalangan tertentu seperti pebisnis dan pekerja kantor, namun semua kalangan masyarakat baik dari kategori jenis kelamin, usia dan pekerjaan tanpa batasan latar belakang dapat menikmati kopi kapanpun dan di manapun saat diinginkan. Salah satu kategori konsumen kopi yang menarik untuk diteliti yaitu pelajar dan mahasiswa/i yang mulai dan telah menjadikan kopi sebagai salah satu pilihan dalam gaya hidup. Salah satu alasannya (atau dapat dikatakan sebuah indikasi) bahwa saat ini tidak sedikit kalangan pelajar yang menjadikan kedai kopi sebagai pilihan tempat untuk berdiskusi mengenai urusan akademik ataupun sekedar berkumpul bersama.

Kedai kopi telah bertransformasi menjadi salah satu pilihan tempat dan ruang bagi masyarakat dalam melakukan aktivitas kesehariannya. Faktor seperti kenyamanan tempat, desain interior-eksterior ruangan yang menarik ataupun koneksi internet gratis yang diberikan kedai-kedai kopi saat ini tentunya menjadi jaminan untuk menarik minat masyarakat dan *Legend Coffee* merupakan salah satu kedai kopi yang menawarkan hal-hal tersebut, juga merupakan salah satu kedai kopi yang selalu ramai dikunjungi pembeli setiap harinya di Kota Yogyakarta.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk mengulas *Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Frekuensi Pembelian Kopi Di Kedai Kopi Kota Yogyakarta* khususnya di *Legend Coffee* berdasarkan profil umum konsumen yaitu; usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan daerah asal yang melatarbelakanginya sebagai bahan penelitian yang akan digunakan peneliti.

B. Rumusan Masalah

1. Seperti apakah profil konsumen kopi di *Legend Coffee* Kota Yogyakarta?
2. Faktor–faktor apa saja yang mempengaruhi frekuensi pembelian kopi di *Legend Coffee* Kota Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui profil konsumen kopi di *Legend Coffee* Kota Yogyakarta
2. Untuk mengetahui faktor–faktor yang mempengaruhi frekuensi pembelian kopi di *Legend Coffee* Kota Yogyakarta

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat umum, produsen ataupun pemasar kopi. Manfaat tersebut antara lain:

1. Bagi masyarakat umum

Memberikan wawasan dan informasi tambahan terkait dengan faktor–faktor yang mempengaruhi frekuensi pembelian kopi di kedai kopi Kota Yogyakarta sebagai salah satu landasan bagi masyarakat yang tertarik untuk mengembangkan usaha berbahan baku kopi.

2. Bagi produsen atau pemasar kopi

Memberikan data mengenai profil responden yang mengkonsumsi kopi beserta produk kopi dan olahannya serta faktor yang mempengaruhi frekuensi pembelian kopi sebagai acuan dan pilihan untuk menentukan segmentasi pasar konsumen yang akan ataupun telah mengkonsumsi kopi.