

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kopi merupakan tanaman perkebunan dan telah lama menjadi tanaman budidaya. Tanaman kopi menjadi sumber pendapatan masyarakat dan juga menambah devisa negara dengan mengekspor biji kopi hijau dan olahan. Pohon kopi merupakan tumbuhan asli Afrika dan Asia Selatan, termasuk dalam famili Rubiaceae, dan tingginya dapat mencapai 5 meter. Daun pohon kopi memiliki panjang 5-10 cm dan lebar 5 cm, dengan bunga kopi putih dan buah kopi hijau, kuning dan hitam. Biji kopi siap dipetik saat berumur 7 hingga 9 bulan (Budiman Haryanto 2012).

Kategori kopi yang dikenal bernilai ekonomis dan banyak diperdagangkan adalah Arabica dan Robusta. Kopi arabika ini memiliki kualitas rasa yang tinggi dan kandungan kafein yang lebih rendah dibandingkan jenis robusta sehingga harga kopi arabika lebih tinggi (Rahardjo Pudji, 2012). Pohon kopi arabika umumnya tumbuh di daerah sejuk dan dingin pada ketinggian 600-2000 meter, suhu pertumbuhan optimal 18-26 derajat Celcius, dan membutuhkan waktu 9 bulan dari berbunga hingga berbuah. Kopi Arabika adalah salah satu kopi tradisional dengan rasa terbaik (Budiman Haryanto 2012).

Saat ini tingkat konsumsi kopi masyarakat semakin meningkat karena dipengaruhi gaya hidup dan dukungan dari teknologi untuk mendapatkan sesuatu dengan lebih mudah. Menurut data AEKI (Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia), pada 2010 konsumsi kopi Indonesia mencapai 800 gram per kapita dengan total kebutuhan kopi mencapai 190 ribu ton. Sedangkan pada 2014, konsumsi kopi Indonesia telah mencapai 1,03 kilogram per kapita dengan

kebutuhan kopi mencapai 260 ribu ton. Mulai banyaknya variasi yang diberikan untuk minuman kopi semakin memudahkan masyarakat memilih minuman kopi untuk dikonsumsi. Kopi telah menjadi minuman yang masuk ke dalam gaya hidup masyarakat Indonesia. Kopi telah bertransformasi menjadi minuman pilihan untuk dikonsumsi dan mendampingi aktivitas sehari-hari.

Meningkatnya permintaan konsumsi kopi membuat banyak kedai kopi bermunculan. Saat ini, kedai kopi bukan lagi tempat membeli kopi di lingkungan yang biasa-biasa saja. Kedai kopi kini menyediakan pengunjung dengan suasana yang nyaman untuk menikmati kopi mereka. Pemilik kedai kopi berusaha mengemas berbagai elemen, terus berinovasi dan bersaing dalam hal pelayanan, desain interior, desain eksterior, tata letak, elemen modern dan tradisional, dll. Kedai kopi dibangun sebagai ruang bagi pengunjung untuk saling berkomunikasi, belajar tentang kopi, berbagi pendapat, berbagi pengalaman mencicipi biji kopi dan pengalaman lainnya.

Tentu saja, semakin banyak pengalaman yang dimiliki seorang konsumen kopi, semakin besar keinginan untuk terus meminumnya. Motivasi juga dijelaskan sebagai dorongan dalam diri individu yang memaksa individu untuk mengambil tindakan, yang muncul sebagai akibat dari kebutuhan yang tidak terpenuhi. Motivasi konsumen merupakan dorongan untuk memenuhi kebutuhan fisik dan psikologis dengan membeli dan menggunakan produk (Yuniarti 2015). Keadaan ini menunjukkan bahwa konsumen kopi memiliki dorongan untuk terus mengkonsumsi kopi, khususnya kopi arabika.

Dalam hal ini adalah kedai Nutur Coffe salah satu kedai yang selalu ramai dikunjungi konsumen setiap harinya dari berbagai daerah. Kedai Nutur Coffe

adalah salah satu kedai kopi yang menyajikan kopi arabika, dalam bentuk biji kopi dan minuman kopi murni tanpa gula siap konsumsi. Kedai Nutur Coffe juga memberikan ruang yang luas bagi para konsumen untuk mengenal lebih tentang kopi melalui *sharing* bersama barista dengan tempat mendekati pada suasana klasik kota Jogja. Kedai Nutur Coffe memang bertujuan untuk mengedukasi para pengunjung tentang kopi dan berbagi pengalaman mengenai kopi nusantara.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Motivasi Konsumen dalam Mengonsumsi Kopi Arabika di Kedai Nutur Coffe Kotagede Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

1. Seperti apakah motivasi konsumen yang mengonsumsi kopi arabika di kedai Nutur Coffe?
2. Apa saja faktor-faktor yang berhubungan dengan motivasi konsumen kopi arabika di kedai Nutur Coffe?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui motivasi konsumen dalam mengonsumsi kopi arabika di kedai Nutur Coffe.
2. Mengetahui faktor-faktor yang berhubungan dengan motivasi konsumen kopi arabika di kedai Nutur Coffe.

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 tingkat motivasi konsumen di kedai Nutur Coffe dan menjadi salah satu landasan bagi masyarakat yang tertarik untuk mengenal kopi lebih jauh.

2. Bagi produsen atau pemasar kopi

Memberikan data mengenai karakteristik responden yang mengkonsumsi kopi beserta tingkat motivasi konsumen untuk mengkonsumsi kopi di kedai tersebut sebagai acuan dan pilihan untuk menentukan memperbaiki kinerja kedai tersebut.

3. Bagi peneliti

Sebagai bahan referensi dan pertimbangan untuk penelitian serupa.