

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tanaman kopi (*Coffea* spp.) merupakan komoditas ekspor unggulan yang dikembangkan di Indonesia karena mempunyai nilai ekonomis yang relatif tinggi di pasaran dunia. Menurut data dari Worldbank, pada periode tahun 2005-2008, Indonesia merupakan eksportir kopi ke-4 dunia, dengan kontribusi rata-rata sebesar 4,76 %. Brazil menempati posisi pertama dengan kontribusi rata-rata sebesar 24,30 %, diikuti dengan Vietnam 17,94 % dan Columbia 10,65 %. Negara tujuan ekspor kopi Indonesia yang utama adalah Amerika Serikat dengan kontribusi rata-rata sebesar 19,35 % dari total ekspor kopi Indonesia, serta ke Jepang, Jerman dan Italia, masing-masing dengan kontribusi rata-rata sebesar 14,96 %, 15,88 %, dan 6,71 %. (Hilman, 2013).

Indonesia merupakan salah satu produsen penting kopi spesialti dunia, khususnya jenis kopi arabika. Kopi spesialti merupakan istilah untuk kopi dengan *grade* tertinggi karena kopi secara khusus mulai dari proses awal kopi ditanam hingga menjadi sebuah produk. Ekspor kopi arabika dari Indonesia sebagian besar ke segmen pasar kopi spesialti. Berbagai macam jenis varietas kopi arabika di Indonesia seperti kopi flores, kopi gayo, kopi kintamani maupun kopi *black java*. Kopi-kopi tersebut memiliki citarasa yang unik dan khas, serta berbeda antara suatu asal geografis dengan daerah asal lainnya. Kopi arabika spesialti merupakan komoditi unggulan yang mempunyai prospek sangat baik, disamping itu kebutuhan konsumsi di berbagai daerah juga terus meningkat. Pada saat ini, perkebunan kopi Indonesia mencakup total

wilayah kira-kira 1,24 juta hektar, 933 hektar perkebunan robusta dan 307 hektar perkebunan arabika. Lebih dari 90% dari total perkebunan dibudidayakan oleh para petani skala kecil. Seperti yang telah disebutkan di atas dan mirip dengan raksasa kopi regional Vietnam, sebagian besar hasil produksi biji kopi Indonesia adalah varietas robusta yang berkualitas lebih rendah. Biji arabika yang berkualitas lebih tinggi kebanyakan diproduksi oleh negara-negara Amerika Selatan seperti Brazil, Kolombia, El Salvador dan Kosta Rika. Oleh karena itu, sebagian besar ekspor kopi Indonesia terdiri dari biji robusta. Ekspor kopi olahan hanyalah bagian kecil dari total ekspor kopi Indonesia.(Dirjenbun Pertanian 2013).

Seiring dengan kemajuan dan perkembangan zaman, telah terjadi peningkatan kesejahteraan dan perubahan gaya hidup, tidak hanya terjadi di luar negeri tetapi juga terjadi pada masyarakat Indonesia yang akhirnya mendorong peningkatan konsumsi kopi. Hal ini terlihat dari peningkatan kebutuhan kopi dalam negeri yang pada awal tahun 90-an mencapai 120.000 ton, hingga dewasa ini telah mencapai sekitar 180.000 ton. Kebutuhan kopi yang ada di dalam negeri lebih banyak diserap untuk bisnis kedai kopi maupun bisnis kuliner. (AEKI, 2013).

Di era sekarang kedai kopi adalah sebuah rumah nyaman tempat untuk menikmati bercangkir-cangkir kopi kesukaan. Kedai kopi dibuat dengan kenyamanan dan didesain dengan konsep menarik yang membuat pengunjung tak hanya menikmati kopi tetapi juga melebur dalam suasana yang melingkupinya. Kedai Dongeng Kopi merupakan salah satu kedai kopi yang memberikan ruang yang luas bagi konsumen untuk mengenal tentang kopi dan salah satu Kedai kopi yang mengawali kebudayaan konsumsi kopi di daerah Yogyakarta. Pada saat ini

Kedai Dongeng Kopi sudah tiga kali berpindah lokasi operasional. Walaupun sudah tiga kali berpindah lokasi operasional beberapa konsumen lama tetap sering berkunjung. Adapun juga konsumen lama yang masih sering berkunjung ke Kedai Dongeng Kopi karena mereka menyukai produknya dan juga mengenal dekat dengan pemilik kedai ataupun karyawan didalamnya. Selain itu ada juga konsumen lama yang dulunya mengikuti kelas seduh Dongeng Kopi yang hingga saat ini masih sering berkunjung ke Kedai Dongeng Kopi.

Kedai Dongeng Kopi yang sudah berpindah lokasi operasional sebanyak tiga kali namun masih banyak pula konsumen yang berkunjung menjadi dasar permasalahan yang akan diteliti. Begitu juga dengan beberapa hal yang menjadi evaluasi pembelian oleh konsumen terhadap atribut produk yang ada di Kedai Dongeng Kopi yang belum diketahui. Atas dasar permasalahan yang sudah diuraikan diatas, maka peneliti menyusun beberapa rumusan masalah yang perlu dikaji lebih lanjut yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana profil kedai dan konsumen di Kedai Dongeng Kopi Yogyakarta ?
2. Bagaimana tingkat loyalitas konsumen kopi arabika di Kedai Dongeng Kopi Yogyakarta?
3. Bagaimana evaluasi produk yang dilakukan konsumen terhadap kopi arabika di Kedai Dongeng Kopi Yogyakarta ?

B. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui profil kedai dan konsumen di Kedai Dongeng Kopi Yogyakarta.

2. Mengetahui tingkat loyalitas konsumen kopi arabika di Kedai Dongeng Kopi Yogyakarta.
3. Mengetahui evaluasi produk yang dilakukan konsumen terhadap kopi arabika di Kedai Dongeng Kopi Yogyakarta.

C. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi akhir dan mendapatkan gelar strata sarjana Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UMY.

2. Bagi Produsen

Sebagai salah satu sumber rangkuman informasi mengenai tingkat loyalitas konsumen dan evaluasi produk yang dilakukan konsumen terhadap kopi arabika di Kedai Dongeng Kopi. Serta dapat menjadi acuan dalam mengembangkan kedai kopi untuk kedepannya