

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kopi merupakan tanaman perkebunan yang sudah lama menjadi tanaman yang dibudidayakan. Tanaman kopi menjadi sumber penghasilan rakyat dan juga meningkatkan devisa negara lewat ekspor biji mentah maupun olahan dari biji kopi. Tanaman kopi merupakan tanaman yang berasal dari Afrika dan Asia selatan, termasuk famili *Rubiaceae* dengan tinggi dapat mencapai 5 meter. Tanaman kopi memiliki panjang daun 5-10 cm dan lebar daun 5 cm dengan bunga kopi berwarna putih dan buah kopi berbentuk oval berwarna hijau kuning kehitaman. Biji kopi siap dipetik saat berumur 7 sampai 9 bulan. (Budiman Haryanto 2012)

Kelompok kopi yang dikenal memiliki nilai ekonomis dan diperdagangkan secara luas adalah jenis arabika dan robusta. Jenis kopi arabika memiliki kualitas cita rasa yang tinggi dan kadar kafein lebih rendah dibandingkan dengan jenis robusta sehingga kopi jenis arabika memiliki harga yang lebih mahal (Rahardjo Pudji, 2012). Pohon kopi arabika secara umum hidup di daerah yang sejuk dan dingin dengan ketinggian 600-2000 meter di atas permukaan laut, dengan suhu tumbuh optimalnya adalah 18-26 derajat *celcius* dan butuh waktu 9 bulan untuk proses bunga hingga menjadi buah siap petik. Kopi arabika merupakan tipe kopi tradisional dengan cita 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.

Kebutuhan konsumsi masyarakat akan kopi yang terus meningkat membuat banyak kedai-kedai kopi bermunculan. Saat ini kedai kopi bukan lagi tempat membeli kopi dengan keadaan yang biasa-biasa saja. Kedai kopi kini memberikan suasana nyaman bagi pengunjung untuk menikmati kopinya. Berbagai unsur coba dikemas oleh pemilik kedai kopi dan terus bersaing dengan memunculkan inovasi-inovasi baru mulai dari segi pelayanan, *design interior*, *design eksterior*, *layout*, dan unsur-unsur modern hingga tradisional. Kedai kopi bertransformasi menjadi ruang untuk saling berinteraksi antara sesama pengunjung dalam mengenal kopi, berbagi pendapat, dan berbagi pengalaman rasa dari biji kopi maupun pengalaman lainnya.

Dalam hal ini adalah kedai Klinik Kopi salah satu kedai yang selalu ramai dikunjungi konsumen setiap harinya dari berbagai daerah. Kedai Klinik Kopi adalah salah satu kedai kopi yang hanya menyajikan kopi arabika, dalam bentuk biji kopi dan minuman kopi murni tanpa gula siap konsumsi. Kedai Klinik Kopi

juga memberikan kenyamanan terhadap konsumen kopi untuk menikmati kopinya dengan memberikan pelayanan berbeda dan mendekatkan pada suasana alam. Kedai Klinik Kopi memang bertujuan untuk mengedukasi para pengunjung tentang kopi dan berbagi pengalaman mengenai kopi nusantara.

Semakin banyaknya pengalaman yang didapatkan oleh konsumen kopi, tentunya akan memunculkan dorongan untuk terus mengonsumsi kopi. Motivasi juga diartikan sebagai dorongan dalam diri individu yang memaksa individu tersebut untuk bertindak, yang timbul sebagai akibat kebutuhan yang tidak terpenuhi. Motivasi konsumen mewakili dorongan untuk memuaskan kebutuhan, baik yang bersifat fisiologis maupun psikologis melalui pembelian dan penggunaan suatu produk (Yuniarti 2015). Keadaan tersebutlah yang mengindikasikan bahwa konsumen kopi memiliki motivasi untuk terus mengonsumsi kopi khususnya kopi jenis arabika.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *Tingkat Motivasi Konsumen Kopi Arabika di Kedai Klinik Kopi*.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Seperti apakah profil kedai Klinik Kopi sehingga konsumen mengonsumsi kopi arabika di kedai Klinik Kopi?
2. Seperti apakah karakteristik konsumen yang mengonsumsi kopi arabika di kedai Klinik Kopi?
3. Bagaimana tingkat motivasi konsumen kopi arabika di kedai Klinik Kopi?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui profil kedai Klinik Kopi.
2. Untuk mengetahui karakteristik konsumen yang mengkonsumsi kopi arabika di kedai Klinik Kopi.
3. Untuk mengetahui tingkat motivasi konsumen kopi arabika di kedai Klinik Kopi.

### **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 Klinik Kopi 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.