

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pola kehidupan masyarakat perkotaan memiliki pemenuhan kebutuhan yang lebih untuk membantu menyelesaikan resiko dan konflik saat kegiatan perlu adanya penyeimbang asupan yang perlu dikonsumsi, sehingga masyarakat disinyalir membutuhkan suatu wadah yang dapat mereka percayai dalam mengemukakan permasalahan-permasalahan yang dihadapi dalam kehidupannya, atau setidaknya satu tempat dimana mereka bisa berkumpul dan saling berbagi cerita, gagasan ataupun komentar-komentar. Perkembangan zaman telah membawa manusia dalam tuntutan kebutuhan-kebutuhan baru yang harus terpenuhi, munculnya sumber masalah baru menjadikan beberapa pelaku bisnis mempunyai inovasi yang baik dan menyediakan pemenuhan kebutuhan yang sesuai untuk dinikmati seperti menikmati minuman berbahan dasar kopi yang menjadi berkembang penyediaannya untuk asupan pendukung. Pelaku bisnis yang berperan dalam memberi solusi dipermasalahan tersebut dibidang kuliner khususnya kedai kopi, sehingga maraknya kedai kopi yang didirikan menjadi meningkat produksi biji kopi yang dihasilkan dan lebih bervariasi biji kopi yang di jual untuk memberi ciri khas masing-masing tempat.

Di berbagai belahan dunia Eropa, mayoritas penduduknya juga memiliki cara tersendiri dalam menikmati kopi. Di Paris, cara penduduknya menikmati kopi adalah dengan cara menuang kopi ke dalam mangkok, karena mereka meminum kopi sambil menyelupkan roti sejenis *baguettes* dan *croissants* ke dalam kopinya. Di Austria minuman kopi yang paling terkenal adalah *Cappuccino* yaitu *espresso* di campur dengan susu mendidih lalu diatasnya di beri busa susu atau *whipped cream*. Di Ethiopia yang merupakan tempat lahirnya kopi ini, penduduknya memiliki cara yang unik dalam menikmati kopi, yaitu kopi disajikan bukan dengan susu ataupun gula melainkan dengan garam dan mentega.

(<http://www.teruskan.com/33660/mengenal-budaya-minum-kopi-di-seluruh-dunia.html> diakses pada tanggal 23 september 2019)

Dari sudut pandang budaya, *coffee shop* sebagian besar berfungsi sebagai pusat interaksi sosial (*meeting point*) yang menyediakan sebuah tempat untuk berkumpul, berbicara, menulis, membaca, menghibur satu sama lain, atau melewatkan waktu, baik secara individu atau dalam kelompok kecil anggota sosial tersebut. Dari sudut pandang arsitektur, banyak design inovatif yang diperkenalkan melalui pembangunan Warung Kopi baru, yang umumnya menjadi salah satu daya tarik pertama namun yang selanjutnya menentukan kesinambungan hidup warung kopi tersebut adalah penerimaan sosial dari masyarakat disekitarnya, dan karena masyarakat adalah sekumpulan pribadi yang selalu berubah secara dinamis, nampaknya mereka (para pelaku bisnis warung kopi) perlu juga mempelajari elemen-elemen sosial dari masyarakatnya sehingga selalu dapat bersesuaian dengan perkembangan dinamika masyarakatnya.

Saat ini mengkonsumsi kopi tidak lagi terkesan sebagai sesuatu yang sederhana, namun kegiatan mengkonsumsi kopi kini mewakili suatu gaya hidup seseorang yang tinggal di kota. Kopi terkenal sebagai minuman yang sangat khas baik dari aroma maupun rasa yang dihasilkan. Kenikmatan kopi saat ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup sekaligus penghubung dalam berkomunikasi. Rasa dan aroma kopi dapat mencairkan suasana sekaligus penghubung membuat komunikasi berjalan lebih lancar. Dengan berkunjung ke *coffee shop* bukan semata-mata hanya untuk mencari minum kopi saja, melainkan juga mencoba untuk memenuhi kebutuhannya yang lain dalam segi pemenuhan kepuasan dan kenyamanan. Perkembangan bisnis di jaman globalisasi ini cenderung melirik ke bisnis *coffee shop*, karena dianggap memiliki prospek yang cukup cerah. (<http://www.berisatu.com/tentang-kopi/26067-kopi-dan-gaya-hidup.html> diakses pada tanggal 23 September 2019).

Beberapa alasan orang suka berkunjung ke warung kopi atau kedai kopi pada saat ini menunjukkan pemenuhan kebutuhan sangat bervariasi dan menyesuaikan keinginan. Penyebab mereka berkunjung ke kedai kopi atau

coffee shop berlama-lama, karena terdapat alasan seperti jenis kopi yang disediakan, pengaruh barista atau pelayanan yang ramah, suasana mendukung dengan konsep tempat yang nyaman dan menarik, namun variasi tempat yang disediakan mempunyai daya tarik tersendiri dan paling utama mengenai cita rasa hasil olahan minuman berbahan dasar kopi yang di sediakan memiliki peran masing-masing tempat yang dikunjungi. Saat ini keberadaan warung kopi bukan lagi sekadar pemuas dahaga atau lapar, tetapi dapat menjadi pemenuhan kebutuhan asupan yang dapat menjadi pendukung di kegiatan sehari-hari. Bagi sebagian masyarakat, warung kopi merupakan sarana untuk membangun kehidupan sosialnya dan berinteraksi ke sesama pengunjung yang mempunyai kesukaan menikmati minuman berbahan dasar kopi dengan cita rasa yang sama. Warung kopi juga merupakan sarana meneguhkan identitas dan kebanggaan bagi para penggemar bola (olah raga), warung kopi atau kafe dapat merupakan tempat untuk menyalurkan dan berbagi hobi. Lewat kesukaannya terhadap klub olah raga atau komunitas tertentu tidak jarang berkumpul di warung kopi untuk sekadar membahas agenda acara, nonton bareng pertandingan, dan banyak agenda lainnya.

Kopi merupakan salah satu komoditas di dunia yang di budidayakan lebih dari 50 negara. Dua varietas pohon kopi yang di kenal secara umum yaitu Kopi Robusta (*Coffea Canephora*) dan Kopi Arabika (*Coffea Arabica*). Membutuhkan proses yang sangat panjang agar bisa menjadi Kopi yang bisa di nikmati seperti pada umumnya, mulai dari penanaman yang harus di lakukan di dataran tinggi atau pada suhu yang cocok dengan tipe biji kopi tersebut, lalu pemanenan yang dilakukan setelah melalui beberapa fase dan proses dapat dilakukan dengan alat atau mesin maupun tangan, kemudian memasuki proses pengeringan yang bertujuan mengurangi kadar air dalam kopi, selanjutnya kopi di sangrai sesuai tingkat derajat yang bervariasi terlebih dahulu dan kemudian di giling serta di haluskan sebelum menjadi bubuk lalu bisa dinikmati pada umumnya. Sejarah kopi konon bermula pada abad ke-9 di Eutophia. Namun, budidaya dan perdagangan kopi baru mulai populer pada abad ke-15 oleh pedagang arab di Yaman. Kopi mencapai Eropa pada abad ke -17 namun tidak dapat tumbuh baik disana. Bangsa Eropa lantas

menggunakan daerah jajahannya untuk membudidayakan tanaman kopi. Indonesia, yang diduduki belanda, memiliki andil yang besar dalam sejarah dan persebaran jenis kopi di Dunia (sasamecoffe.com, diakses pada tanggal 22 September 2019).

Lima belas tahun setelah benih kopi arabika pertama kali di tanam Belanda di Jawa pada 1696, bupati Cianjur Aria Wira Tanu mengirimkan empat kuintal kopi arabika varietas tipika ke Amsterdam. Ekspor kopi untuk pertama kalinya itu memecahkan harga di pasar Amsterdam. Pada 1726, sebanyak 2.145 ton kopi asal jawa membanjiri daratan Eropa dan menggeser dominasi kopi mocha asal Yaman. Sejak itu, kopi asal Jawa populer dengan sebutan *Java Coffee*. Tak selamanya kopi arabika Nusantara berjaya. Menjelang 1880, jamur *Hemileia Vastatrix* memakan daun kopi seperti karat menghabisi besi. Penyakit karat daun ini mengakibatkan Nusantara kehilangan potensi ekspor sampai 120 ribu ton. Dua puluh tahun kemudian, perusahaan perkebunan Soember Agoeng di Malang, Jawa Timur, mulai menanam 150 benih *Coffea canephora va (Robusta)*. Kopi asal kongo, Afrika ini dibeli dari pembibitan Holtikultura Kolonial di Brussels, Belgia. Kini, robusta yang lebih tahan penyakit ini menguasai 73 persen produksi kopi di Indonesia (Kesuma, 2015).

Kopi tidak hanya berperan penting sebagai sumber devisa melainkan juga merupakan sumber penghasilan bagi tidak kurang dari satu setengah juta jiwa petani kopi di Indonesia. Keberhasilan agribisnis kopi membutuhkan dukungan semua pihak yang terkait dalam proses produksi pengolahan kopi dan pemasaran komoditas kopi. Upaya meningkatkan produktivitas dan mutu kopi terus dilakukan sehingga daya saing kopi di Indonesia dapat bersaing di pasar dunia (Rahardjo, 2012).

Menurut Ramdani (2017:20) menyatakan bahwa kegiatan ngopi merupakan kegiatan pemenuhan kebutuhan yang kini banyak diminati dan asupan pendukung untuk membantu memudahkan menyelesaikan konflik yang dihadapi dengan asumsi masing-masing oleh masyarakat umum khususnya mahasiswa. *Starbucks Coffee* merupakan *coffee shop* Internasional yang menyajikan menu minuman berbahan dasar kopi, dengan citarasa yang

mempunyai ciri khas utama dalam penyajian saat berkunjung. Artikel ini membahas mengenai makna *ngopi* bagi para pelanggan *Starbucks* selain untuk memenuhi kebutuhan terhadap minum kopi tetapi juga untuk meningkatkan kualitas gaya hidup. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna ngopi bagi para pengunjung khususnya mahasiswa *Starbucks Coffee* di Surabaya *Town Square*, dengan alasan peneliti mengambil referensi dari data tersebut dikarenakan mempunyai pengaruh gaya hidup masyarakat umum khususnya mahasiswa yang berpengaruh dalam pemenuhan kebutuhan.

Menurut Vincentia (2018:30) mengatakan bahwa kebutuhan masyarakat umum khususnya mahasiswa saat ini yang semakin kompleks dan juga dapat mempengaruhi permintaan pasar serta menjadikan pelaku bisnis yang ada disetiap wilayah dapat berkembang sesuai kebutuhan, akhirnya menimbulkan beberapa tempat-tempat baru yang paling menonjol saat ini adalah sebuah kedai kopi. Kedai kopi telah menjamur di berbagai kalangan masyarakat khususnya mahasiswa dan pengaruh yang ditimbulkan dapat mengubah gaya hidup yang dilakukan. Maraknya kedai kopi tersebut juga memberi konsep tersendiri bagi pemilik tempat untuk menjadikan daya tarik dan tujuan tertentu untuk pengunjung yang datang. Sebagai misal, beragam konsep dengan iringan musik, terjangkaunya harga, hingga sajian menu dengan nuansa tradisional sampai modern seakan menjadi daya tarik tersendiri. Hal tersebut dapat membuktikan kegiatan masyarakat umum khususnya mahasiswa di Kota Surabaya terdapat banyak kedai kopi dan tempat makan. Oleh karena itu, perkembangan bisnis juga dapat menyebabkan terbentuknya wisata baru dan menjadikan alasan peneliti untuk menambahkan ke daftar referensi dalam membuat sebuah penulisan ini.

Ada pula menurut Dewi (2018:25) mengatakan bahwa aktifitas *ngopi* merupakan salah satu bentuk manifestasi dari kebudayaan lokal di nusantara dan kegiatan regenerasi yang dilakukan oleh masyarakat umum terdahulu untuk berinteraksi satu sama lain. Kehadiran kedai-kedai kopi modern seperti *Starbucks*, *The Coffee Bean*, *Excelsior* dan lain-lain serta kopi-kopi industri (*instant/sachet*) yang menjamur di Kota Surabaya turut mempengaruhi gaya

hidup masyarakat. Peningkatan jumlah kedai kopi modern dan variasi kopi-kopi industri itu semakin menenggelamkan citra kopi lokal dalam negeri. Menjamurnya *brand-brand* kopi kapital kopi itu disadari atau tidak telah menyeragamkan selera dan kebudayaan ngopi di banyak wilayah, utamanya penduduk urban di kota-kota besar. Alasan peneliti untuk menjadikan referensi dalam sebuah penulisan karena sesuai dengan pemenuhan kebutuhan yang berpengaruh oleh masyarakat umum khususnya mahasiswa dan menjadi perubahan makna yang didapat dari sebuah gaya hidup modern.

Menurut Shodiq (2019:33) mempunyai pendapat mengenai fungsi kedai kopi saat ini sangat bermacam-macam dan memiliki fasilitas pendukung untuk menjadi daya tarik pengunjung khususnya mahasiswa yang membutuhkan ruang untuk berinteraksi, serta pemenuhan kebutuhan yang menjadi daya tarik selanjutnya dikarenakan pendukung seperti pelayanan yang baik atau barista *komunikatif*, jenis kopi berkualitas terbaik, dan fasilitas atau interior yang mendukung menjadikan tempat interaksi tersebut mempunyai nilai lebih pengunjung yang datang khususnya mahasiswa agar datang kembali. Alasan peneliti menjadikan sebuah referensi karena penulisan tersebut memiliki hubungan timbal balik yang baik untuk menambahkan sebuah penulisan mengenai gaya hidup masyarakat umum khususnya mahasiswa saat ini didapatkan melalui kedai kopi atau *coffee shop* yang memberi tempat pemenuhan kebutuhan dan ruang interaksi cukup.

Menurut Perdana (2019: 45) mengatakan bahwa bisnis kedai kopi saat ini sedang tumbuh pesat dan semakin banyak yang didirikan serta memiliki ciri khas masing-masing, permintaan dan minat akan profesi barista juga meningkat dan menjadikan suatu alasan tersendiri mengenai membuat minuman berbahan dasar kopi. Barista memiliki tanggung jawab besar di industri kopi dan harus memahami proses penyeduhan yang baik karena barista yang berhadapan atau berinteraksi langsung dengan pengunjung. Kita sekarang berada pada jaman yang di sebut "*third wave coffe*" dimana barista fokus pada rasa yang dapat dihasilkan *beans*, *acidity* yang refreshing dan nikmat, yang mempunyai kompleksitas rasa. Fenomena ini menunjukkan bahwa profesi sebagai seorang barista memang membutuhkan *passion* dan

bukan semata-mata menjadi pekerjaan yang mudah dilakukan oleh banyak orang serta harus bisa menerima resiko yang dihadapi saat bekerja. *Passion* mengacu kepada kecenderungan kuat terhadap objek atau aktivitas yang disukai dan dianggap penting oleh individu, memberikan waktu dan *energy*, serta aktivitas penuh *passion* terinternalisasi dalam identitas seseorang. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi *passion* di profesi barista dan pengaruh barista saat bekerja di kedai kopi, sehingga kedatangan pengunjung mempunyai banyak faktor saat datang di kedai kopi. Hasil dari identifikasi yang didapatkan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *passion* yang dimiliki barista merupakan *harmonious passion*, dan menunjukkan fakta gaya hidup masyarakat umum khususnya mahasiswa mulai beraneka ragam.

Menurut Said (2019) Salah satu kegiatan atau aktivitas yang dapat menenangkan suasana di padatnya Kota Surabaya yaitu mengkonsumsi kopi atau bisa disebut *ngopi* setiap beberapa menit atau beberapa jam. Kegiatan tersebut dapat dilakukan di Warung Kopi atau biasa di sebut Warkop dan *Coffee Shop*, namun dari pendapat kalangan masyarakat umum yang ada kebanyakan orang lebih memilih ke warung kopi karena harga yang terjangkau yaitu keunggulannya. Untuk *Coffee Shop* sendiri ada beberapa keunggulan yang menjadikan daya tarik para remaja dan beberapa kalangan orangtua yang ingin mencari suasana tenang, tempat yang nyaman, pelayanan yang baik, dan tempat yang mendukung untuk mengekspresikan diri atau berfoto. *Ngopi* adalah istilah yang digunakan sebagian warga Indonesia saat sedang santai dan menikmati makanan ringan. Namun istilah *ngopi* ini juga bisa pada arti yang sebenarnya yaitu “minum secangkir kopi”, dan kegiatan ngopi bisa dilakukan oleh satu orang (individu) atau lebih dari dua orang (berkelompok). Pada umumnya ngopi sendiri sering dilakukan lebih dari dua orang (berkelompok) karena lebih mudah berinteraksi dan bercanda serta membicarakan hal penting lainnya bersama teman, sahabat, rekan kerja.

Seperti yang dapat kita lihat pada mayoritas masyarakat Kota Surabaya yang terdiri atas individu *modern* dan kerap mengikuti perkembangan jaman sesuai dengan mode yang *up to date*. Dalam kehidupan kota saat ini secara jelas tampak adanya tuntutan perkembangan jaman yang

fleksibel. Salah satu wujud dari adanya perkembangan jaman yang sangat signifikan ini adalah gaya hidup *modern* dan hedonis. Hal tersebut merupakan salah satu bentuk permasalahan yang ada di dalam kota. Dimana terlihat adanya usaha pemenuhan kebutuhan oleh hubungan timbal balik antar kondisi ekonomi, dengan kebudayaan yang menjadi pedoman hidup mereka. Pada kenyataannya kegiatan mengkonsumsi berbagai jenis minuman berbahan dasar kopi di suatu tempat tertentu, kini telah menjadi sebuah sarana atau alat bagi masyarakat kota untuk memperluas jaringan kekerabatannya. Itulah mengapa orang-orang pada saat ini lebih tertarik mengunjungi *Coffee Shop*.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan peneliti, maka penelitian perlu dilakukan lebih dalam lagi mengenai gaya hidup *ngopi* bagi mahasiswa di *coffee shop* Surabaya, Bagaimana budaya *ngopi* bagi mahasiswa di Ruang Temu *Coffee Shop* daerah tenggilis, Surabaya ?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian yang berjudul Gaya Hidup *Barista* dan pengunjung mahasiswa *Coffee Shop* di Kota Surabaya ini bertujuan untuk menyelesaikan persoalan dalam rumusan masalah dan menjelaskan makna budaya *ngopi* di Ruang Temu *Coffee Shop* daerah tenggilis, Surabaya Timur. Penelitian ini juga bertujuan untuk menambah ilmu pengetahuan tentang *coffee shop* dan gaya hidup masyarakat Surabaya dan edukasi mengenai kopi yang lebih baik.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan adanya *coffee shop* yang berbagai macam di Surabaya dan meningkatnya perkembangan perekonomian masyarakat yang memiliki pemikiran yang sangat *up to date* sehingga masyarakat lebih pandai memilih tempat *coffee shop* yang tepat untuk berkumpul dan menikmati suasana. Penelitian ini membahas tentang makna ngopi di sebuah *coffee shop* Surabaya, diharapkan dapat memberikan manfaat yang dapat menambah ilmu pengetahuan dibidang antropologi tentang *coffee shop* dan gaya hidup masyarakat Surabaya yang dikaji dengan sebaik-baiknya.

1.5. Kerangka Konseptual

1.5.1 Konsep Menikmati Kopi

Ngopi merupakan sebuah perpaduan hasil budaya yang tercipta karena evolusi perkembangan budaya *ngopi* yang dari dulu memberi kesan interaksi antara beberapa orang yang baru kenal menjadi akrab, sehingga menjadi perubahan yang baik oleh masyarakat Indonesia. Pembahasan mengenai makna dan simbol kemudian akan mengarah kepada pembahasan mengenai hakikat kebudayaan yang tentunya tidak akan terlepas dari bagaimana cara manusia untuk terus bereksistensi dari dunia, yakni cara manusia dalam menciptakan suatu hasil dari peran manusia misal manusia muncul dengan budaya, maka tak lama kemudian akan muncul dengan fenomena kebudayaan lainnya (Peursen, 1994:9).

Beberapa faktor yang mempengaruhi kegiatan untuk menikmati minuman berbahan dasar kopi sangat mempunyai banyak variasi dan untuk melakukan kegiatan tersebut bisa dilakukan oleh individu dan berkelompok serta dengan kerabat maupun rekan kerja atau teman akrab. Bagi kalangan masyarakat umum khususnya mahasiswa sudah terbiasa melakukan hal tersebut dengan teman-teman sebaya ataupun sambil mengerjakan sesuatu seperti tugas akhir, namun dengan perkembangan kedai kopi yang ada di setiap wilayah menjadikan masyarakat umum khususnya mahasiswa dapat memilih atau mengkonsumsi sesuai pilihan yang diinginkan serta tempat menjadi pendukung untuk menikmati minuman berbahan dasar kopi.

1.5.2 Teori Gaya Hidup

Gaya hidup biasanya diasumsikan berdasarkan organisasi sosial konsumsi, yang juga dipengaruhi pola-pola waktu luang masyarakat dan membentuk budaya konsumen. Seiring perkembangan jaman dan teknologi, tren budaya pop dapat mempengaruhi gaya hidup, hal ini bisa mendorong masyarakat modern menjadi konsumtif bahkan lebih ekstrem hedonisme. Manusia menjadi mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Mereka akan memburu 'kemewahan' (*luxuries*) padahal

sebelumnya mereka telah membeli 'kepantasan' (*decencies*), yang sebelumnya pula sebenarnya mereka telah membeli 'kebutuhan' (*necessities*) (Chaney, 1996: 56).

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya menurut Assael (1984:252), gaya hidup menggambarkan "keseluruhan diri seseorang" dalam berinteraksi dengan lingkungannya dan gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu (Kotler, 2002:192). Selain itu, gaya hidup menurut Rismiati (2001:174) adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapat yang bersangkutan. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan. Maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya serta bagaimana mengalokasikan waktu.

Gaya hidup masyarakat kota pada umumnya memiliki banyak kegiatan seperti berkumpul dengan kerabat adalah suatu kegiatan yang tidak pernah terlewat dalam kehidupan sehari-hari masyarakat kota. Dengan bermunculan fenomena baru dan inovasi baru menjadikan gaya hidup terus berkembang di setiap wilayah, seperti contoh menikmati minuman berbahan dasar kopi bagi kalangan mahasiswa saat ini menjadi gaya hidup yang berpengaruh besar dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari dan sebelumnya hal tersebut menjadi keinginan semata yang tidak diperlukan untuk dipenuhi.

Lingkungan, perilaku seseorang, usia, pengetahuan sosial, ekonomi atau besarnya pendapatan juga mempengaruhi seseorang dalam memilih gaya hidup. Budaya pop juga dapat mempengaruhi gaya hidup masyarakat modern. Budaya massa/populer makin berkembang akibat kemajuan teknologi modern yang modern ini menawarkan gaya hidup

dengan budaya populer, seputar perkembangan tren yang ada seperti tren busana, problema gaul, pacaran, *shopping*, dan acara mengisi waktu luang yang akan memengaruhi dan membentuk budaya pada anak muda yang berorientasi pada gaya hidup *fun*. Menurut MacDonald dalam (Strinati, 2003: 21), sesuatu yang buruk akan dapat menyingkirkan yang baik karena hal tersebut lebih mudah dipahami dan dinikmati oleh semua orang. Di dalam dunia sekarang, penampilan dan gaya menjadi lebih penting daripada substansi. Seperti yang dikatakan oleh Harvey (1989): “citraan mendominasi narasi”. Dalam gaya hidup kita cenderung hanya mengonsumsi citra/symbol itu sendiri tanpa memikirkan manfaat atau nilai yang lebih dalam.

Jadi alternatif dari makanan (dalam konteks ini kopi) yang ada, kini diciptakan sebagai pembentuk gaya hidup dari perkembangan bisnis yang ada. Pengembangan bisnis dari sektor pangan menstimulus individu untuk menggunakan makanan bukan hanya sebagai asupan nutrisi, tapi juga sebagai gaya hidup. Atau dengan kata lain fungsi makanan kini telah berubah sebagai aspek sosial bukan aspek fungsional. Dengan didasari perkembangan dan penelitian yang menulis mengenai hal tersebut menjadikan sesuatu keinginan beralih sesuatu kebutuhan yang harus dipenuhi, sehingga masyarakat umum dapat menikmati hal tersebut tanpa harus ada sebuah keinginan tetapi dapat dilakukan di setiap kegiatan yang menurutnya dibutuhkan asupan minuman berbahan kopi tersebut.

1.6. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, sehingga peneliti harus bisa adaptasi terlebih dahulu untuk mengamati sebuah kasus yang ada di wilayah tersebut. Metode yang menggunakan mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan langsung di lokasi penelitian. Melihat bagaimana situasi dan kondisi yang terjadi di lokasi penelitian tersebut. Teknik ini memiliki keunggulan, yakni dapat mendeskripsikan jelas mengenai hal yang menjadi objek penelitian serta mengetahui betul keadaan yang terjadi di lokasi penelitian. Dalam penelitian

ini mengarah ke deskriptif yaitu suatu bentuk penelitian yang memberi gambaran secara cermat mengenai individu atau kelompok tertentu tentang keadaan dan gejala yang terjadi (Koentjaraningrat, 1993:89). Setelah itu peneliti akan memberikan gambaran secara cermat tentang fenomena yang terjadi, baik itu fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi, atau tentang kecenderungan yang tengah berlangsung.

Peneliti juga menggunakan etnografi *purposive* dimana pemilihan informan memiliki penilaian yang diinginkan oleh informan dengan pertimbangan khusus agar data dari penelitian yang dilakukan menjadi *representif* (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan pendekatan kualitatif, yakni pendekatan yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi. Pendekatan kualitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu), lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Peneliti ini juga memanfaatkan wawancara terbuka untuk menjabarkan dan memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku individu maupun kelompok.

Adanya rumusan masalah berfungsi untuk membatasi hasil temuan peneliti, sehingga terfokus pada tujuan penelitian. Pengguna metode ini juga dikarenakan peneliti berkeinginan untuk mengetahui dan menjabarkan suatu latar belakang. Didasari dengan pengalaman peneliti yang melakukan pengamatan dengan melakukan tindakan bekerja di sebuah tempat kedai kopi untuk mengamati dan memahami daya tarik minuman berbahan dasar kopi terhadap masyarakat umum khususnya mahasiswa.

1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di gerai Ruang Temu *Specialty Coffee* tepatnya jalan Raya Tenggilis nomor 114 di Surabaya.

Berkembangnya perekonomian Kota Surabaya menyebabkan berkembang pula sektor perdagangan atau pelaku bisnis seperti *coffee shop*. Perdagangan kini juga di tunjang dengan meningkatnya kebutuhan serta minat masyarakat Surabaya terhadap kopi, yang secara langsung atau tidak minat tersebut disebabkan karena pemenuhan kepuasan dalam taraf pergaulan

Lokasi penelitian di daerah Tenggilis yang merupakan pemukiman padat penduduk, baik penduduk asli ataupun penduduk pendatang. Lokasi penelitian berdekatan dengan daerah Jemursari, daerah Rungkut, dan berbatasan langsung dengan wilayah Waru. Alasan penentuan lokasi dikarenakan tempat kedai kopi atau yang biasa disebut *coffee shop* daerah region timur yang masih sedikit namun memiliki letak strategis pada jangka panjang saat lima tahun kedepan akan banyak bemunculan gedung kantor, kampus, hotel atau penginapan, dan tempat bisnis lainnya, sehingga bermunculan beberapa kalangan yang hadir untuk membantu mengembangkan pelaku bisnis dalam minuman berbahan dasar kopi salah satunya mahasiswa daerah tenggilis yang akan menikmati dan mempengaruhi kedai kopi yang ada di bagian wilayah tersebut.

Peneliti mendapatkan informasi daerah ini akan berkembang menjadi daerah bisnis di region timur yang menjanjikan untuk pemilik tempat atau usaha yang menyediakan makanan dan minuman dibandingkan dengan didaerah lain di Kota Surabaya, seperti Gubeng, Manyar Kertoarjo, Tunjungan, Pakuwon, dan daerah lainnya. Fenomena tersebut menunjukkan sangat seimbang ketika melihat pelaku bisnis yang mendirikan usaha di wilayah tersebut dengan pengunjung atau masyarakat umum yang datang khususnya mahasiswa, sehingga perkembangan dalam menikmati minuman berbahan dasar kopi berjalan sesuai kasus yang ditemui oleh peneliti untuk dijadikan sebuah penulisan.

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti sebelumnya menemukan fenomena dengan rasa ingin tahu yang kemudian bermunculan tanpa disadari perkembangan disekitar mempunyai pengaruh besar untuk menjadikan sebuah penulisan, sehingga diketahui banyak masyarakat umum yang mengikuti perkembangan sesuai cara masing-masing sampai hal tersebut menjadi pemenuhan kebutuhan yang sebelumnya menjadi rasa keinginan sementara untuk menikmatinya. Kemudian penulis secara tidak langsung melakukan interaksi dengan beberapa orang untuk melakukan sebuah penelitian berkala kemudian dijadikan sebuah penulisan, kedepannya tujuan hasil yang diperoleh dapat berfungsi bagi masyarakat umum untuk memahami fenomena tersebut dan di pelajari sesuai teoritis khususnya mahasiswa yang ada disekitar wilayah.

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang ditempuh oleh peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan, sehingga data yang di perlukan menjadi sempurna dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, metode kualitatif memfokuskan pada perolehan informasi secara langsung dari objek penelitian agar mendapatkan informasi yang lebih jelas dan mendalam. Sumber data dalam penelitian kualitatif dapat berupa orang, peristiwa dan lokasi, benda, dokumen, atau arsip. Adapun penelitian yang dilakukan ini memperoleh data dan informasinya melalui dua metode yaitu:

1.6.2.1 Observasi

Observasi merupakan hasil pengamatan, dalam istilah sederhana adalah proses peneliti dalam melihat situasi objek yang diteliti. Dengan melakukan observasi, peneliti mencatat apa saja yang dilihat dan dapat ikut serta melakukan hubungan yang lebih interaktif kepada objek yang akan dijadikan sebagai informan. Peneliti juga melakukan interaksi ke beberapa masyarakat umum

khususnya mahasiswa yang melakukan kegiatan dan mencari hal baru untuk dilampirkan dalam sebuah penulisan.

Teknik ini juga dilakukan peneliti diawal penelitian untuk mengamati aktivitas di *coffeshop* yang dilakukan oleh *barista* dan *customer* yang ada di Ruang Temu *specialty coffeshop* daerah Tenggilis. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan alat bantu berupa *handphone* dan buku catatan serta minuman berbahan dasar kopi sebagai pelengkap interaksi agar pendapat yang dikeluarkan sesuai data yang diinginkan oleh peneliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pengamatan terlibat (observasi partisipan) mengenai kegiatan dan rutinitas yang dilakukan oleh penikmat kopi.

1.6.2.2 Wawancara

Salah satu teknik pengumpulan data dalam metode penelitian kualitatif adalah wawancara. Wawancara adalah pengumpulan data dengan cara bertatap muka langsung dengan informan yang memiliki kapasitas dalam permasalahan yang akan diteliti. Wawancara dengan menggunakan pedoman pertanyaan agar informasi yang didapatkan tidak menyimpang dari permasalahan penelitian. Wawancara merupakan teknik yang dapat digunakan untuk memperoleh keterangan tentang kejadian yang oleh peneliti tidak dapat diamati sendiri secara langsung, baik karena terjadinya di masa lampau ataupun karena tidak diperbolehkan untuk hadir ditempat kejadian itu (Ihromi, 1999: 51).

Sebagai salah satu teknik penelitian lapangan, wawancara pada umumnya digunakan untuk menggali keterangan dan informan yang dibutuhkan. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian merupakan wawancara yang tidak berstruktur dengan menggunakan pedoman wawancara (Koentjaraningrat, 2002:139), selain itu terdapat juga wawancara mendalam (*indepth interview*), dimana

dalam hal ini bisa didapatkan kedalaman data yang menyeluruh dan lebih bermnafaat. Sifat dari wawancara yang dilakukan yang bersifat terbuka dimana peneliti atau *indepth interview* terhadap informan. Dalam buku Metodologi penelitian kualitatif (Moleong, 1989) disebutkan bahwa metode observasi merupakan metode yang paling sering dijumpai dalam setiap penelitian kualitatif. Diartikan secara khusus observasi sebagai mengamati dan mendengar dalam rangka memahami, mencari jawaban, mencari bukti terhadap fenomena-fenomena sosial selama beberapa waktu, dengan mencatat, merekam, memotret fenomena guna penemuan dan analisis.

Wawancara dilakukan untuk melengkapi data hasil observasi atau pengamatan yang masih kurang, sehingga nantinya data-data dari hasil wawancara dijadikan satu dengan data hasil observasi kemudian dapat dilakukan kepada informan-informan yang dianggap mengerti tentang tema penelitian. Setelah mendapatkan informan yang sesuai dengan tema penelitian, diadakan pembicaraan pengenalan sehingga terjadi obrolan ringan untuk mencairkan suasana sekaligus sebagai pengantar, perkenalan satu sama lain sekaligus mengungkapkan maksud dan tujuan wawancara. Dari wawancara yang dilakukan tersebut peneliti mendapatkan berbagai macam data dan informan secara lebih detail mengenai tema penelitian yang dilakukan.

1.6.2.3 Dokumentasi

Merupakan cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis terutama berupa arsip-arsip, termasuk buku-buku, dokumentasi resmi maupun statistik yang berhubungan dengan masalah penelitian dan juga berupa foto-foto yang diambil untuk memperlihatkan dan mendeskripsikan hasil-hasil penelitian yang ada dilapangan. Dengan demikian data yang didapat menjadi tepat dan meyakinkan hasil lapangan yang akurat, serta bisa menjadi rujukan informasi yang baik dan benar. Peneliti juga menggunakan bantuan

media sosial yang berupa aplikasi pendukung yang berada di *handphone* untuk informasi tambahan, dalam hal tersebut berpengaruh besar menunjukkan saran dan rekomendasi yang diinginkan untuk memperoleh data sesuai tujuan.

1.6.3 Teknik Penentuan Informan

Informan adalah orang yang akan memberikan informasi yang diperlukan selama proses penelitian melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Dalam menentukan informan, peneliti menggunakan purposive sampling, yaitu mencari informan-informan yang berkaitan dengan penelitian. Disamping itu pemanfaatan informan bagi peneliti adalah agar dalam waktu yang relatif singkat banyak informasi terjaring. Jadi, informan dimanfaatkan untuk berbicara, bertukar pikiran atau membandingkan suatu kejadian yang ditemukan dari subjek lainnya.

Informan merupakan seorang pembicara atau narasumber yang berbicara dalam bahasa atau dialeknya sendiri sebagai model imitasi dan sumber informasi (Spradley, 1997: 35). Informan yang dipilih harus memiliki pengetahuan tentang apa yang menjadi masalah penelitian agar dapat memberikan informasi yang tepat dan akurat. Menurut Spradley, terdapat 5 syarat yang harus dipenuhi untuk memilih informan yang baik yaitu:

“Berdasarkan pengalaman mahasiswa, baik yang belum maupun sudah lulus, diskusi panjang dengan etnografer-etnografer, dan wawancara etnografi saya sendiri, saya mengidentifikasi lima persyaratan minimal untuk memilih informan yang baik: (1) enkulturasi penuh, (2) keterlibatan langsung, (3) suasana budaya yang tidak dikenal, (4) waktu yang cukup, dan (5) non-analitis” (Spradley, 1997: 61).

Dalam penelitian ini, peneliti memilih beberapa informan yang memiliki kriteria sebagai berikut :

1. *Barista*.
2. Pemilik Tempat atau *Owner*.

3. Pelanggan atau *Customer*.

Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara dengan cara bekerja di tempat atau *coffee shop* di daerah Tenggiling tepatnya Surabaya region timur untuk memperoleh sebuah informasi mengenai hal apa saja yang dilakukan oleh pelanggan, barista, dan beberapa penikmat kopi lainnya serta pemilik tempat.

Dalam mencari seorang informan yang tepat, peneliti juga meminta rekomendasi dari seorang barista yang telah lama bekerja di sebuah *coffeshop* tersebut. Selain itu, peneliti juga mencari sumber lain melalui media sosial dengan cara melihat postingan *instagram* yang ada di sebuah *coffeshop* tersebut untuk mengetahui partisipan atau pelanggan yang sering menikmati kopi di tempat itu. Dengan cara tersebut kriteria dan beberapa informan yang pada umumnya penikmat kopi di sebuah *coffeshop* dapat dianalisis dan diobservasi untuk selanjutnya dapat melakukan ke tahap wawancara serta melakukan komunikasi dengan baik atau tidak canggung saat ketemu untuk mendapatkan sebuah informasi. Hal ini dilakukan karena mencari seseorang penikmat kopi dengan konsep yang di tentukan tidak mudah dan perlu waktu yang lama agar memperoleh informasi yang diinginkan

Penentuan seorang informan dapat digunakan menggunakan beberapa kriteria yaitu enkulturasi yang sempurna, mempunyai waktu yang cukup dan rasa ketertarikan terhadap penelitian yang dilakukan, keterlibatan langsung, latar belakang informan dan budaya yang belum dikenal oleh peneliti, informasi dapat merespon pertanyaan peneliti. Dengan memakai kriteria-kriteria tersebut maka informan yang di mintai informasi oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1.6.3.1 *Barista*

Barista adalah seseorang yang bekerja dan membuat kopi di sebuah kedai kopi, serta melayani sesuai standart operasional kerja yang ada di kedai kopi disertai oleh pelayanan yang baik dan benar. Informan yang ingin didapatkan melalui barista adalah untuk mencari tahu tentang

kegiatan yang ada di kedai kopi ini terkait perilaku pelanggan dan cara membuat kopi dengan cita rasa yang baik agar memuaskan pelayanan yang diinginkan oleh pelanggan serta bisa memberikan informasi tentang cara menikmati kopi yang benar di kedai kopi tersebut. Peneliti memilih 2 barista yang dapat memberikan informasi dalam penulisan, bernama Muhamad Iqbal (22) dan Aldi Bachtiar (21) dari 6 barista yang bekerja di Ruang Temu *Coffee* dikarenakan mereka berpotensi dalam memahami kopi dan telah mendapatkan sertifikat kompetisi yang di percaya mempertanggung jawabkan kinerja yang sesuai operasional kerja serta pengetahuan mengenai kopi lebih unggul.

1.6.3.2 Pemilik Tempat (*Owner*)

Data yang ingin didapatkan peneliti dari pemilik tempat adalah informasi dari pemilik tempat untuk menanyakan pandangan masyarakat terhadap menikmati kopi di sebuah *coffee shop* di wilayahnya, dan mencari tahu tentang perkembangan bisnis kopi yang ada di surabaya tepatnya daerah tenggilis serta mencari referensi terhadap pemilik tempat kedai kopi lainnya dengan cara berkunjung, menikmati kopi, menikmati suasana dengan konsep yang berbeda di kedai kopi lainnya. Hal ini dilakukan karena peneliti menganggap bahwa informan dari pemilik tempat dapat memberikan informasi tentang perkembangan penikmat kopi yang ada di surabaya dan menciptakan inovasi baru tentang menikmati kopi serta memberikan konsep yang menawan terhadap tempat yang dikelola, agar pelanggan yang datang bisa menikmati kopi dan merasakan suasana yang ada di wilayahnya. Peneliti melakukan interaksi langsung dengan pemilik kedai kopi yang bernama Febri Ramadhan Arifin (24) dikarenakan informasi mengenai perkembangan menikmati kopi ditempatnya.

1.6.3.3 Pelanggan (*Customer*)

Pelanggan atau bisa disebut customer yaitu seseorang yang melakukan kegiatan atau aktivitas membeli suatu barang di suatu tempat untuk memenuhi keinginan dan kepuasan yang dikehendaki. Data yang

ingin didapatkan oleh peneliti dari seorang pelanggan yaitu sebuah informasi mengenai cara atau hal apa saja yang dilakukan saat menikmati kopi di sebuah *coffee shop*. Hal ini dilakukan karena peneliti menganggap bahwa informan dari seorang pelanggan dapat memberikan penilaian terhadap *coffee shop* yang dikunjungi dan mengetahui proses pembuatan kopi di sebuah *coffee shop* yang akan dinikmati saat itu serta merasakan sensasi atau makna saat menikmati kopi. Peneliti memilih 5 pengunjung untuk mendapatkan informasi dalam penulisan, bernama Dinda (22), Ellen Chen (21), Rafi Farahnanda (22), Revoyustitia (21), dan Andrea Peatric (23) dari beberapa pengunjung yang datang di Ruang Temu *Coffee* dikarenakan menurut rekomendasi dari barista dan pekerja lainnya berpotensi dalam memberi data yang diinginkan oleh peneliti serta informan mempunyai status sosial sebagai mahasiswa, sehingga data yang di perlukan sesuai dengan data yang diinginkan peneliti.

Pemilihan pengunjung mahasiswa oleh peneliti dengan memiliki definisi atau latar belakang yang berbeda-beda mulai dari Ellen Chen yang memiliki etnis Tionghoa dengan kunjungan sebanyak 3 kali seminggu dan pada hari senin pukul 18:00-20:00 dengan teman sebaya yang bernama Rafi Farahnanda dengan etnis Jawa, pemilihan menu atau minuman berbahan dasar kopi yang dipesan oleh kedua mahasiswa memiliki perbedaan seperti Ellen memilih *cappuccino* dan Rafi memilih *filter based*. Perbedaan tersebut menunjukkan daya tarik mahasiswa saat ini mengenai minuman berbahan dasar kopi sangat variasi dan memiliki keinginan atau selera masing-masing sehingga Ruang Temu *Coffee* selalu mengandalkan dalam penawarannya melalui barista saat *operasional* atau bekerja yang memahami suatu minuman tersebut, agar ketika menyarankan suatu minuman berbahan dasar tidak mengecewakan.

Kemudian dengan mahasiswa lainnya yang berkunjung seperti Dinda, Revoyustitia, dan Andrea Petric kurang lebih memilih minuman berbahan dasar kopi yang dipesan yaitu *Espresso Based* atau *Cappuccino*, alasannya dikarenakan minuman tersebut dapat dinikmati

dengan kondisi santai maupun mengerjakan sesuatu seperti tugas harian kuliah dan berinteraksi dengan rekan atau kerabat. Disisi lain Ruang Temu *Coffee* juga menyediakan makanan ringan dan makanan berat untuk menemani minuman berbahan kopi tersebut, dengan demikian pengunjung mahasiswa saat berkunjung dapat berlama-lama dan menikmati minuman berbahan dasar kopi dapat memberi pengertian yang bervariasi ketika berkunjung di kedai kopi atau *coffee shop* pada saat ini.

1.6.4 Teknik Analisis Data

Setelah melakukan observasi dan wawancara, peneliti mereview dan mempelajari kembali catatan-catatan lapangan dan membuat transkrip wawancara supaya memudahkan untuk menganalisa data. Kemudian data-data tersebut dipilah sesuai dengan inti permasalahan penelitian. Peneliti juga menggunakan beberapa referensi buku, jurnal, skripsi terdahulu, dan beberapa *website online* untuk menganalisis data. Kemudian dilakukan proses penyajian data dengan melakukan analisis data dan menggunakan gambaran mendetail dan akurat dari hasil observasi dan wawancara di lapangan.

Peneliti juga menjelaskan di sebuah penulisannya mengenai sebab, akibat dari adanya fenomena yang ada di tempat tersebut, dan data yang disajikan sesuai interaksi yang dilakukan oleh peneliti dengan informan. Kemudian dilakukan penyaringan data yang akan ditulis untuk sebuah penulisan mengenai munculnya fenomena tersebut dan berkembang di wilayah itu. Sehingga pembaca dapat memahami dengan mudah apa yang ingin disampaikan oleh penulis.