

Kopi Menjadi Minuman Pilihan dan Gaya Hidup Mahasiswa Sebagai Konsumen di Area Kampus

Coffee Becomes the Beverage of Choice and Student Lifestyle as Consumers in the Campus Area

Ita Merni Patulak*

Program Studi Rekayasa Kayu, Politeknik Pertanian Negeri Samarinda, Samarinda, Indonesia

*Corresponding Author: mernivania@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang alasan mahasiswa memilih kopi menjadi minuman pilihan dan sebagai gaya hidup mahasiswa yang adalah konsumen minuman kopi di area kampus. Penelitian ini dilakukan di tempat minum kopi yang belakangan ini banyak dikunjungi mahasiswa sejak mereka mulai melakukan aktifitas di kampus secara langsung, yaitu di taman Olx dan di Kafe Vania Taman BPU Universitas Mulawarman (Unmul Samarinda). Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif terhadap 60 responden yaitu mahasiswa sebagai sampel. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kopi menjadi minuman pilihan dan gaya hidup mahasiswa. Responden berjenis kelamin perempuan dan laki-laki, rentang usia 18-21 tahun, mempunyai pendidikan terakhir SMA atau sederajat. Hasil penelitian berdasarkan perhitungan data primer dari kuisisioner yang diisi oleh responden menunjukkan bahwa variabel X1 yaitu Mahasiswa berasal dari kelas yang sama dengan konsumen atau mahasiswa lainnya (1 mata kuliah dengan dosen yang sama atau 1 angkatan) mempunyai nilai rata-rata yang lebih besar dari variabel X2 yaitu Mahasiswa suka bersosialisasi dengan komunitas tertentu (kelompok mahasiswa dari Fakultas lain atau bahkan dari kampus yang lain), juga lebih besar dari variabel X3 yaitu Menikmati waktu luang dan menghilangkan stress (melepas lelah setelah kuliah) dan juga lebih besar dari variabel X4 yaitu Mengikuti trend yang sedang berkembang. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut maka Variabel dominan adalah X1.

Kata Kunci : Kopi, Minuman Pilihan, Mahasiswa, Gaya Hidup

Abstract

This study aims to find out the reasons why students choose coffee as a beverage of choice and as a student's lifestyle as consumers in the campus area. This research was conducted at a coffee shop that has recently been visited by many students since they started doing activities on campus directly, namely at OLS Park and at Vania Café, Taman BPU, Mulawarman University (Unmul Samarinda). This study uses a quantitative descriptive analysis of 60 respondents, namely students as the sample. The results of the study showed that coffee became the drink of choice and the lifestyle of students. Respondents are female and male, age range 18-21 years, have a high school education or the equivalent. The results of the study based on the calculation of primary data from the questionnaire filled out by respondents showed that the X1 variable, namely students from the same class as consumers or other students (1 course with the same lecturer or 1 class) had an average value greater than the variable X2, namely students like to socialize with certain communities (groups of students from other faculties or even from other campuses), is also greater than the X3 variable, namely enjoying free time and relieving stress (relaxing after lectures) and also greater than the X4 variable, namely following a growing trend. Based on the average value, the dominant variable is X1.

Keywords: *Coffee, Beverage Choice, Student, Lifestyle*

I. PENDAHULUAN

Sejak beberapa tahun belakangan ini kopi menjadi salah satu minuman pilihan yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Kebiasaan minum kopi mulanya dilakukan di pagi hari, pada saat bangun tidur dan sebelum melakukan aktifitas seperti berangkat ke kantor, ke sawah, ke kebun dan sebagainya. terutama di pagi hari sangatlah

khas masyarakat dengar setiap harinya. Namun, saat ini tidak hanya di pagi hari di saat semua orang akan memulai harinya melainkan juga di saat istirahat siang ataupun bersantai sore banyak orang telah memilih kopi untuk menjadi teman menghabiskan waktu. Tradisi minum kopi tidak hanya sekedar untuk melepas dahaga, tetapi juga untuk menemani aktivitas kehidupan masyarakat seperti rapat,

pertemuan bisnis, reuni, kengan, dan lain-lain (ALfirahmi, 2019). Hal inilah yang membuat tren peminum kopi terus meningkat tajam dan secara tidak disadari, tradisi minum kopi ini telah menjadi bagian dari gaya hidup.

Meningkatnya permintaan terhadap minuman kopi, memancing munculnya berbagai warung atau kedai kopi di sekitar tempat tinggal masyarakat, di dekat daerah perkantoran, di pusat-pusat perbelanjaan, bahkan sudah memasuki daerah kampus berhubung didalamnya berkumpul mahasiswa yang merupakan kaum milenia yang banyak menyukai minuman kopi. Pengunjung warung atau kedai atau kafe kopi tidaklah sedikit, begitu pula dengan keuntungan yang didapat oleh produsen, walau tidak semua dari mereka merupakan para penikmat kopi, melainkan hanya mencari suasana atau bahkan untuk mengikuti gaya hidup kaum muda saat ini. Sejumlah tempat minum kopi pun didesain secara khusus sehingga suasana minum kopi benar-benar membawa suasana nikmat dan menyenangkan.

Budaya minum kopi di kampus membawa kenikmatan tersendiri bagi mahasiswa sebagai konsumen, mereka tidak perlu keluar jauh dari kampus apabila menunggu matakuliah berikutnya pada jam istirahat atau berkumpul bersama teman-teman kuliah hanya untuk mencari kafe atau tempat minum kopi lainnya yang ada di luar kampus. Kampus hadir dan peduli dengan kebutuhan makan dan minum mahasiswa dengan menyediakan sarana untuk memenuhi salah-satu kebutuhan pokok mereka dan sekaligus juga saat menjadi gaya hidup.

Berdasarkan kondisi tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang minuman kopi menjadi minuman pilihan mahasiswa sebagai konsumen dan sekaligus menjadi gaya hidup bagi mereka di beberapa kafe yang ada di kampus Universitas Mulawarman. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis beberapa alasan kopi menjadi minuman pilihan konsumen yang dalam hal ini adalah mahasiswa dan menjadi gaya hidup mereka saat ini.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian deskriptif

kuantitatif. Menurut Burhan (2005), penelitian deskriptif kuantitatif bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi obyek penelitian berdasarkan apa yang terjadi. Oleh karena itu dalam penelitian deskriptif ini tidak dilakukan pengujian hipotesis.

Desain Penelitian

Desain penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah bersifat deskriptif kuantitatif yang mengarah pada pola pengungkapan masalah atau keadaan sebagaimana adanya dengan memberikan analisis (Tika, 2005). Penelitian ini dilakukan dengan mendeskripsikan keadaan karakteristik responden yang merupakan para pencinta minuman kopi sehingga menjadikannya sebagai gaya hidup dengan minum kopi sambil duduk-duduk dan berkumpul di suatu tempat, warung kopi, kafe dan lain-lain.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Samarinda, pada bulan Januari-Maret 2022. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa di Kampus Unmul ada beberapa tempat minum kopi yang sering dikunjungi mahasiswa pada saat mahasiswa menunggu jam kuliah atau selesai jam kuliah, untuk tempat mereka kerja kelompok, diskusi, bahkan untuk janji ketemu temanpun lebih menarik dilakukan di sekitar kafe atau warung kopi yang ada di kampus.

Pemilihan waktu karena tahun 2022 mahasiswa mulai beraktifitas kembali ke kampus setelah sekian lama pandemi mereka kuliah online dari rumah masing-masing. Di awal tahun 2022 kegiatan perkuliahan di kampus mulai dilakukan secara offline namun tetap dalam protokol kesehatan yang ketat. Saat ini para pelaku usaha khusus di bidang minuman kopi ini mulai menggiatkan kembali usahanya agar kebutuhan mahasiswa juga untuk mendapatkan makan dan minum dengan mudah di daerah kampus dapat terpenuhi.

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa sebagai konsumen minuman kopi di beberapa kafe atau kantin kopi di

Unmul yang berkunjung sepanjang bulan Januari-Maret 2022 dengan sample sebanyak 60 orang. Penelitian ini merupakan jenis penelitian survey, yaitu penelitian mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul data pokok (Sugiyono, 2008). Berdasarkan hasil wawancara dengan para mahasiswa diketahui bahwa mereka suka minum kopi karena sudah menjadi gaya hidup yang lagi trendy saat ini, bahkan semula ada dari mereka yang tidak bisa minum kopi sama sekali, sekarang menjadi gemar minum kopi.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi obyek penelitian berdasarkan apa yang terjadi.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, yaitu:

- 1) Data Primer yang diperoleh dan dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari hasil penelitian langsung untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dengan cara observasi, wawancara, diskusi dan kuisioner
- 2) Data Sekunder yang diperoleh dan kumpulkan dari pihak lain (pihak eksternal). Data sekunder diperoleh dari kumpulan data dari para pencinta minuman kopi, pelaku usaha warung kopi/kafe, dari penelitian-penelitian tentang kopi yang juga menjadi sumber referensi yang menjadi bahan pustaka.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada konsumen yang minum kopi di area kampus khusus di Taman OLX dan Taman BPU Unmul.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*, dengan interval penilaian untuk setiap jawaban responden. Skala ini mempunyai 5 tingkatan yang dimulai dari skor:

- 1 = sangat tidak setuju
- 2 = tidak setuju
- 3 = cukup setuju
- 4 = setuju
- 5 = sangat tidak setuju

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Profil Responden :

Responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 60 dengan jenis kelamin Wanita dan pria Wanita dan pria, yang paling dominan adalah responden berjenis kelamin laki-laki, rentang usia 18-21 tahun, mempunyai pendidikan terakhir SMA/ sederajat, berprofesi sebagai mahasiswa, responden dengan rata-rata berkunjung dalam seminggu 1 kali, melakukan pengeluaran rata-rata Rp 1.000.000,- hingga Rp 1.500.000,- per bulan dan responden berkunjung minum kopi dengan teman.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- X1: Mahasiswa berasal dari kelas yang sama dengan konsumen lain (1 mata kuliah dengan dosen yang sama / 1 angkatan dsb)
- X2: Mahasiswa suka bersosialisasi dengan komunitas tertentu (kelompok mahasiswa dari Fakultas lain atau bahkan dari kampus yang lain)
- X3: Menikmati waktu luang dan menghilangkan stress (melepas lelah setelah kuliah)
- X4: Mengikuti trend yang sedang berkembang

Hasil Penelitian

Hasil tanggapan responden atas variable-variabel yang digunakan di dalam penelitian dapat dijelaskan dalam Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Tanggapan Responden atas Variabel yang Berpengaruh Terhadap Kopi Menjadi Minuman Pilihan Mahasiswa di Area Kampus Universitas Mulawarman

No	Pernyataan		Tanggapan					Σ	Mean
			1	2	3	4	5		
1	Variabel Mahasiswa berasal dari kelas yang sama/ 1 angkatan/ 1 mata kuliah	F	1	1	8	20	30	60	
		Fx	1	2	24	80	150	257	4.28
2	Mahasiswa suka bersosialisasi dengan komunitas tertentu	F	0	3	12	21	24	60	
		Fx	0	6	36	84	120	246	4.10
3	Menikmati waktu luang dan menghilangkan stress	F	2	2	10	18	28	60	
		Fx	2	4	30	72	140	248	4.13
4	Mengikuti trend yang sedang berkembang	F	1	2	7	25	25	60	
		Fx	3	4	21	100	125	253	4.22
Total rata-rata								16,73	

Sumber : Data Primer, 2022

Pembahasan

Gerai kopi adalah bisnis yang tak lekang waktu, selalu hadir seiring dengan perubahan zaman (Alfirahmi, 2019). Gerai kopi adalah konsep pemasaran yang tidak akan lekang oleh zaman, karena jika melihat kepada sejarah masuknya kopi ke Indonesia, bisa dikatakan kopi selalu mengalami kenaikan peminat, bahkan peminat loyal yang selalu setia dengan kopi. Pada generasi pertama kopi hadir untuk kaum ningrat, sekarang kopi menjadi pilihan kaum urban dalam setiap kali melakukan kegiatan sosial, seperti bertemu teman, bekerja, serta melakukan meeting. Gerai kopi sekarang ini hadir dengan berbagai konsep, mulai dari klasik, retro, vintage, serta menawarkan varian menu kopi, hingga sekarang disebut dengan kopi kekinian.

Gerai kopi kekinian di kampus identik dengan mahasiswa, karena konsumen utama gerai kopi atau kafe disana adalah mahasiswa. Ada banyak hal yang menjadi alasan bagi mahasiswa memilih kopi sebagai minuman pilihan dan sekaligus gaya hidup mereka, namun dalam penelitian digunakan 4 alasan yang sekaligus dijadikan sebagai variable bebas dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian tersebut di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil perhitungan data primer dari responden yang tertulis diatas (Tabel 1), dapat dilihat bahwa variabel 1 yaitu Mahasiswa berasal dari kelas yang sama dengan konsumen/mahasiswa lainnya (1 mata kuliah dengan dosen yang sama / 1 angkatan dsb) mempunyai nilai rata-rata 4,28; variabel ke 2 yaitu Mahasiswa suka bersosialisasi dengan komunitas tertentu (kelompok mahasiswa dari Fakultas lain atau bahkan dari kampus yang lain) mempunyai nilai rata-rata 4,10; variabel ke 3 yaitu Menikmati waktu luang dan menghilangkan stress (melepas lelah setelah kuliah) mempunyai nilai rata-rata 4,13; variable ke 4 yaitu Mengikuti trend yang sedang berkembang , mempunyai nilai rata-rata 4,22.

Total nilai rata-rata dari ke 4 variabel bebas adalah 16,73 yang berarti berada pada kategori positif. Hal ini berarti keempat variable yang digunakan untuk menganalisis pilihan konsumen minum kopi pada area kampus, mendapat tanggapan positif dari responden yang dalam hal ini adalah mahasiswa. Mereka benar-benar merasakan bahwa dengan adanya kantin/kafe/warung kopi di area kampus, sangat menolong mereka untuk menjadi tempat bertemu teman satu sama lain, menghilangkan rasa jenuh dan stress setelah kuliah, tempat untuk

mengerjakan tugas kelompok, sebagai kebiasaan yang lagi trend saat ini dan sebagainya.

Minum kopi di kafe atau kantin area kampus menjadi pilihan dan gaya hidup sebagian mahasiswa saat ini dapat dilihat dari hasil Analisa data dari nilai-nilai yang kuisioner yang sudah diisi mahasiswa sebagai responden dan semua bernilai positif/signifikan. Variabel bebas yang dominan X₁ yaitu Mahasiswa berasal dari kelas yang sama dengan konsumen lain (1 mata kuliah dengan dosen yang sama / 1 angkatan dsb) dengan nilai rata-rata 4,28. Hal ini berarti dengan adanya kafe atau kantin Olx, Kafe Vania dan beberapa tempat minum kopi lainnya di area kampus sangat bermanfaat menjadi tempat berkumpul dengan teman sekelas, teman 1 angkatan, 1 mata kuliah, dan sebagainya, dimana nilai yang diperoleh dari hasil hitungan kuisioner responden oleh mahasiswa mendapatkan tanggapan nilai yang positif.

Variabel yang mempunyai nilai tertinggi yang kedua adalah X₄ (mengikuti trend yang sedang berkembang) dengan nilai rata-rata 4,22. Artinya kebiasaan atau gaya hidup yang terjadi di setiap masa tidak pisah dipisahkan dari kehidupan manusia, begitu juga dengan kebiasaan minum kopi sambil berkumpul dengan teman atau kerabat di kafe atau di kantin, sudah menjadi trend pilihan hidup yang tak dapat dihindari, ini terbukti dari hasil perhitungan juga mendapatkan nilai rata-rata yang positif.

Variabel tertinggi ketiga adalah X₃ (Menikmati waktu luang, menghilangkan stress melepas lelah setelah kuliah) dengan nilai rata-rata 4,13. Ini berarti minum kopi di area kampus sangat bermanfaat dan menolong mahasiswa untuk menikmati waktu luang setelah kuliah dan menunggu mata kuliah selanjutnya, atau setelah ujian/test di kelas mereka rileks dengan minum kopi.

Variabel dengan nilai tertinggi ke 4 adalah X₂ (Mahasiswa suka bersosialisasi dengan komunitas tertentu/kelompok mahasiswa dari Fakultas lain atau bahkan dari kampus yang lain) dengan nilai rata-rata 4,10. Ini berarti bahwa kantin/kafe kopi sangat berarti juga untuk tempat mereka bersosialisasi dengan komunitasnya, setelah selesai mereka kuliah, bersosialisasi dan lain-lain, baru mereka pulang ke rumah untuk beristirahat.

IV. KESIMPULAN

1. Kopi menjadi minuman pilihan dan gaya hidup mahasiswa di area kampus masa kini dapat dilihat dari analisis data responden mahasiswa yang diisi dalam bentuk kuisioner semua bernilai positif/signifikan. Ada 4 variabel yang digunakan yaitu variabel X₁ Mahasiswa berasal dari kelas yang sama dengan konsumen/mahasiswa lainnya (1 mata kuliah dengan dosen yang sama / 1 angkatan dsb) mempunyai nilai rata-rata 4,28; variabel X₂ yaitu Mahasiswa suka bersosialisasi dengan komunitas tertentu (kelompok mahasiswa dari Fakultas lain atau bahkan dari kampus yang lain) mempunyai nilai rata-rata 4,10; variabel X₃ yaitu Menikmati waktu luang dan menghilangkan stress (melepas lelah setelah kuliah) mempunyai nilai rata-rata 4,13; variabel X₄ yaitu Mengikuti trend yang sedang berkembang, mempunyai nilai rata-rata 4,22.
2. Variabel bebas yang dominan adalah X₁ yaitu Mahasiswa berasal dari kelas yang sama dengan konsumen lain (1 mata kuliah dengan dosen yang sama / 1 angkatan dsb) dengan nilai rata-rata 4,28. Hal ini berarti dengan adanya kafe atau kantin Olx, Kafe Vania dan beberapa tempat minum kopi lainnya di area kampus sangat bermanfaat menjadi tempat berkumpul dengan teman sekelas, teman 1 angkatan, 1 mata kuliah, dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfirahmi, 2019. Fenomena Kopi Kekinian di Era 4.0, Jurnal Lugas Vol.3 No.1: 24-32.
- Kelvianto, Veronica, 2019. Gaya Hidup Minum Kopi Konsumen di The Coffee Bean & Tea Leaf Plaza Tunjungan Surabaya, Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia.
- Sugiyono, 2018. Metode Penelitian Bisnis (pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Alfabeta: Bandung.
- Tika, M.P. 2005. Metode penelitian Geografi. Bumi Aksara, Jakarta.
- Pramelani, 2019. Faktor Ketertarikan Minuman Kopi Kekinian Terhadap Minat

Beli Konsumen Kalangan Muda,
Managament Insight Jurnal Ilmiah
Manajemen Produksi dan Pengolahan
Kopi Berkelanjutan: State of The Art
Balai Pengkajian Teknologi, Jurnal
Agroteknologi Vol. 13 No. 02.