

DAMPAK CORONAVIRUS DISEASES (COVID 19) TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PENGGEMAR KOPI GIRAS di JAWA TIMUR

Bambang Sudarsono, M. Taufiqur Rahman

Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Trunojoyo Madura

tavra89@gmail.com

ABSTRAK

Covid 19 telah berdampak terhadap aktifitas masyarakat kita. Pemberlakuan pembatasan sosial berskala besar (psbb) membuat sebagian kegiatan pasar menjadi berkurang akibatnya ekonomi masyarakat menjadi turun. Dampak tersebut juga mempengaruhi perilaku sosial para penggemar kopi giras. Hal tersebut bisa kita lihat perilaku mereka sebelum adanya pandemi tersebut, banyaknya warung yang dipenuhi penggemar kopi giras dengan berbagai aktifitas ataupun sekedar nongkrong bahkan melakukan diskusi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan pendekatan *studi literatur*. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dengan teknik mengumpulkan sumber-sumber yang relevan baik dari buku ataupun artikel jurnal peneliti terdahulu (*state of the art*). Fokus penelitian ini adalah perilaku konsumen bagi penggemar kopi giras masa pandemi covid 19.

Kata Kunci : *Covid 19, Perilaku sosial, Kopi*

ABSTRACT

Covid 19 has an impact on the activities of our society. The implementation of large-scale social restrictions (psbb) has reduced some market activities as a result of the economic downturn. The impact also affects the social behavior of coffee cupholders. This can be seen by their behavior before the pandemic, many stalls filled with coffee fans with various activities or just hanging out and even having discussions. This research uses descriptive qualitative method, with a literature study approach. The data source used in this study is a technique to collect relevant sources both from books or previous research journal articles (state of the art). The focus of this research is consumer behavior for coffee lovers in the covid pandemic 19.

Keyword : *Social behavior, Social change, Coffee*

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman menuntut perubahan atas hidup manusia, hal tersebut berdampak terhadap keinginan manusia serba cepat dan instan, termasuk halnya dengan ketersediaan minum kopi secara instan. Kopi merupakan minuman favorit bagi sebagian masyarakat. Banyaknya peminat kopi, membuat sebagian industri dari tahun ke tahun mengalami peningkatan dan terus bertambah. Hal tersebut seperti dijelaskan oleh Biro Pusat Statistik dalam *website (aekiaice.org)* bahwa industri kopi pada 5 tahun terakhir telah mencapai 15.000 ton, sedangkan ekspor untuk kopi jenis bubuk berkisar 3000

ton/tahun. Untuk Indonesia sendiri pada tahun 2008 mencapai 133.666 ton, sehingga pertumbuhan kopi di 6 tahun terakhir menjadi rata-rata 5% tahun 2007-2012 (Biro Pusat Statistik, 2012).). Menenggak secangkir kopi menjadi salah satu hobi sebagian besar masyarakat di Indonesia di berbagai kalangan baik tua ataupun muda. Karenanya pada pertengahan tahun 2000 an, para pebisnis muda nasional mulai melirik usaha tersebut sebagai usaha yang dapat menjanjikan, sehingga kedai-kedai kopi mulai bermunculan dari sabang sampai merauke, dari yang hanya sekedar warung kopi di pinggir jalan hingga café yang menawarkan berbagai jenis aneka minuman kopi.

Kebiasaan minum kopi seperti sudah menjadi gaya hidup di dalam masyarakat, baik itu kalangan atas ataupun kalangan bawah, bagi mereka kalangan atas biasanya minum kopi di cafe cafe yang menyajikan aneka varian kopi, sedangkan bagi yang kalangan menengah kebawah mereka biasa nongkrong di warung- warung pinggir jalan, berbeda dengan di cafe, warung warung kopi di pinggir jalan kopi andalannya adalah kopi asli atau kopi hitam yang biasa disebut kopi giras. Kopi giras memiliki ciri khas yaitu berwarna hitam dan rasanya pahit serta aroma khas kopi. Kopi giras ini biasanya di sajikan di warung warung kopi dalam keadaan yang panas. Bagi sebagian masyarakat, minum kopi giras di warung pinggir jalan merupakan sebuah komoditi sebagai sarana mengisi waktu luang ataupun berdiskusi. Ngopi sendiri merujuk pada istilah “*cangruk*” di warung sambil merokok dengan perpaduan ampas kopi sehingga menimbulkan keakraban bagi sesama para penggemar.

Adanya pandemi *coronavirus diseases (covid 19)*, menyebabkan terhambatnya mobilitas di tingkat masyarakat kita. Terhambatnya aktifitas tersebut disebabkan adanya kebijakan pemerintah untuk melakukan pembatasan sosial berskala besar (psbb). Dampak dari hal itu secara tingkat ekonomi, masyarakat kita mengalami penurunan, sehingga banyak masyarakat yang mengalami pemutusan hubungan kerja (PHK). Hal serupa juga berdampak pada penggemar kopi giras, para penggemar kopi juga mengurangi aktifitas secara bergerombol di warung, mereka tidak bisa lagi nongkrong bersama di warung menikmati kopi giras seperti biasanya, setelah adanya kebijakan pembatasan sosial berskala besar (psbb), begitupun warung warung kopi giras dipinggir jalan mereka juga menutup warung kopinya. Berpijak pada latar belakang yang ada, maka penelitian ini fokus pada perilaku konsumen penggemar kopi giras di masa pandemi *coronavirus diseases (covid 19)*

TINJAUAN TEORI

Perubahan Sosial

Perubahan masyarakat pada prinsipnya merupakan suatu proses yang terusmenerus, artinya bahwa pada setiap masyarakat pada kenyataannya akan mengalami perubahan itu, akan tetapi perubahan antara masyarakat yang satu dengan masyarakat yang lain tidak selalu sama. Bertrand (2000:150) menyatakan bahwa perubahan sosial pada dasarnya tidak dapat diterangkan oleh pada faktor yang tunggal. Pendapat dari paham determinisme monofaktor kini sudah ditinggalkan zaman, dan ilmu sosiologi modern tidak akan menggunakan interpretasi sepihak yang menyatakan bahwa perubahan itu hanya disebabkan oleh suatu macam rangkaian faktor saja.

Perilaku Konsumen

Perilaku Konsumen. Perilaku konsumen menurut Kotler (2005:183), Suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Perilaku konsumen menurut Machfoedz (2005:37), adalah tindakan yang dilakukan orang dalam pembelian dan pemanfaatan suatu produk. Sedangkan Swasta & Handoko (2000:10), berpendapat Perilaku konsumen (*consumen behavior*) dapat di definisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang - barang dan jasa-jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan – kegiatan tersebut. Tahap terakhir yaitu ketika konsumen sudah melakukan pembelian terhadap produk tertentu. Beberapa peranan seseorang dalam mempengaruhi sebuah keputusan pembelian (Kotler 2005: 201). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku konsumen. Menurut kotler (2005:202) para konsumen membuat keputusan tidak dalam sebuah tempat yang terisolasi dari lingkungan sekitarnya. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi. Sebagian besar faktor ini tak terkendalikan oleh pemasar, namun harus diperhitungkan. faktor-faktor tersebut antara lain sebagai berikut: 1) Faktor Kebudayaan 2) Faktor Sosial 3) Faktor Psikologi 4) Faktor Pribadi 5)

Kopi Dan Perkembangan

Kopi adalah minuman hasil seduhan biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk. Kopi merupakan salah satu komoditas di dunia yang dibudidayakan lebih dari 50 negara. Dua varietas pohon kopi yang dikenal secara umum yaitu Kopi Robusta (*Coffea canephora*) dan Kopi Arabika (*Coffea arabica*). Pemrosesan kopi sebelum dapat diminum melalui proses panjang yaitu dari pemanenan biji kopi yang telah matang baik dengan cara mesin maupun dengan tangan kemudian dilakukan pemrosesan biji kopi dan pengeringan sebelum menjadi kopi gelondong. Proses selanjutnya yaitu penyangraian dengan tingkat derajat yang bervariasi. Setelah penyangraian biji kopi digiling atau dihaluskan menjadi bubuk kopi sebelum kopi dapat diminum. Sejarah mencatat bahwa penemuan kopi sebagai minuman berkhasiat dan berenergi pertama kali ditemukan oleh Bangsa Etiopia di benua Afrika sekitar 3000 tahun (1000 SM) yang lalu. Kopi kemudian terus berkembang hingga saat ini menjadi salah satu minuman paling populer di dunia yang dikonsumsi oleh berbagai kalangan masyarakat. Indonesia sendiri telah mampu memproduksi lebih dari 400 ribu ton kopi per tahunnya. Disamping rasa dan aromanya yang menarik, kopi juga dapat menurunkan risiko terkena penyakit kanker, diabetes, batu empedu, dan berbagai penyakit jantung (kardiovaskuler). Kata kopi sendiri awalnya berasal dari bahasa Arab: *qahwah* yang berarti kekuatan, karena pada awalnya kopi digunakan sebagai makanan berenergi tinggi. Kata *qahwah* kembali mengalami perubahan menjadi *kahveh* yang berasal dari bahasa Turki dan kemudian berubah lagi menjadi *koffie* dalam bahasa Belanda. Penggunaan kata *koffie* segera diserap ke dalam bahasa Indonesia menjadi kata kopi yang dikenal saat ini. Menurut Bhara L.A.M (2005:123), menyatakan kopi adalah suatu jenis tumbuhan yang dibuat minuman dengan sifat psikostimulant sehingga menyebabkan seseorang yang meminumnya akan tetap terjaga (susah tidur), mengurangi kelelahan atau stress saat bekerja, serta mampu untuk memberikan efek fisiologis yakni energi.

1. Tabel. 1
2. Harga Dan Jenis Bubuk Kopi
3. (sumber. <https://lahan.co.id/pengertian-kopi/>, 12 Juli 2020)

No	NAMA JENIS KOPI ARABIKA	DAFTAR HARGA KOPI	KETERANGAN
1	Bubuk kopi <i>grade 1</i>	160.000/kg	Bubuk atau biji roast
2	Bubuk kopi <i>specialty semi wash</i>	180.000/kg	Bubuk atau biji roast
3	Bubuk kopi <i>specialty full wash</i>	200.000/kg	Bubuk atau biji roast
4	Bubuk kopi <i>beaperry</i>	220.000/kg	Bubuk atau biji roast
5	Bubuk kopi <i>long berry</i>	240.000/kg	Bubuk atau biji roast
6	Bubuk kopi wine	500.000/kg	Bubuk atau biji roast
7	Bubuk kopi luwak	700.000/kg	Bubuk atau biji roast
8	<i>Green coffee</i>	60.000/kg	<i>Green coffee ground</i>

Syarat Pertumbuhan Tanaman Kopi

Iklm

Angin membantu penyerbukan yang terjadi antara bunga kopi yang berbeda klon atau berbeda jenis. Akan tetapi bila angin kencang dapat merusak tajuk tanaman dan menggugurkan bunga. Curah hujan minimal untuk pertumbuhan kopi adalah 1000-2000 mm/tahun, sedangkan pola hujan yang optimal bagi pertumbuhan tanaman kopi Arabika dan Robusta adalah rata-rata 2000-3000 mm/tahun. Menurut lintang tempat, tanaman kopi dapat tumbuh baik pada daerah yang terletak di antara 20 derajat LU dan 20 derajat S. Tanaman kopi menghendaki sinar matahari yang teratur. Suhu sangat berkaitan erat dengan ketinggian tempat. Suhu di atas permukaan air laut adalah ± 26 derajat C dan akan turun 0,6 derajat C tiap kenaikan 100 m. Kopi Arabika tumbuh baik pada suhu

10-20 derajat C. Kopi Robusta menghendaki suhu 21-24 derajat C. Kopi Liberika tidak menghendaki suhu tertentu.

Media Tanam

Tanaman kopi menghendaki tanah yang lapisan atasnya dalam ($\pm 1,5$ m) dan gembur, subur, banyak mengandung humus dan bersifat permeable. Tanah dapat berasal dari abu gunung berapi/cukup mengandung pasir. Jenis tanah latosol dan vulkanis disukai tanaman kopi. Tanah yang drainasenya jelek, tanah liat berat, dan tanah pasir yang kapasitas mengikat airnya kurang serta kandungan N-nya rendah tidak cocok untuk pertumbuhan kopi. Tanaman kopi menghendaki tanah yang agak masam, yaitu antara pH 4,5-4,6 untuk kopi Robusta dan 5-6,5 untuk Arabika. Tanah yang lebih asam dapat dinetralsir dengan kapur tohor/pupuk, misalnya serbuk tulang/Ca-(PO₂) + Ca metaphosphat /Ca(PO₂). Tanaman kopi menghendaki kedalaman air tanah sekurang-kurangnya, 3 m dari permukaan tanah. Tanah harus mempunyai drainase dan kemampuan mengikat air yang baik.

Ketinggian Tempat

Ketinggian tempat berpengaruh terhadap tinggi rendah suhu.

- a. Kopi Arabika: tumbuh pada dataran tinggi dengan ketinggian 1000-1700 m dpl. Jika di bawah 1000 m dpl, akan mudah terserang HV. Bila di atas 1700 m dpl, suhunya akan terlalu dingin.
- b. Kopi Robusta: tumbuh baik di dataran rendah hingga 1500 m dpl, tapi yang ekonomis adalah yang tumbuh pada batas ketinggian 800 m dpl.
- c. Kopi Liberika: tumbuh baik pada dataran rendah, di tempat yang miskin dan panas.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah kualitatif dengan melihat fenomena yang terjadi. Menurut Arikunto (2012), metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk melihat fenomena yang terjadi dan mendiskripsikan dengan jelas, untuk pendektan penelitian ini menggunakan *studi literatur*. Menurut Sugiyono (2013:291), studi literatur merupakan salah satu studi kepustakaan yang memiliki kaitan dengan kajian teoritis sebuah nilai, budaya, maupun norma yang

berkembang secara sosial. Studi literatur perlu dilakukan sebab tidak lepas dari sumber ilmiah.

Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder. Menurut Sugiyono (2006:62), menjelaskan sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dari peneliti lain melalui beberapa dokumen, seperti jurnal ataupun buku. Data tersebut menggunakan studi literatur dari beberapa catatan yang ada relevansinya dengan penelitian. Hasan (2002:58) juga mengemukakan bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh dan dihimpun oleh seseorang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, dan yang lainnya.

Hasil Dan Pembahasan

Menikmati kopi hitam dengan beberapa rokok di warung memang sebuah kenikmatan tersendiri bagi penggemar kopi, sambil melakukan aktifitas hangout ataupun diskusi. Harlock (1999:50), mengatakan bahwa dalam membentuk gaya hidup (*life style*), berangkat dari kebiasaan yang dilakukan terkait dengan perilaku, pola maupun sifat. Di Masa pandemi covid 19 banyak warung kopi yang mengalami penutupan sementara akibat dari *pemberlakuan sosial berskala besar* (psbb), sehingga aktifitas penggemar kopi di beberapa warung juga mengalami pembatasan. Adanya pembatasan tersebut berimplikasi pada perilaku konsumen, mereka sering menghabiskan waktu di rumah untuk menikmati kopi daripada di warung. Seperti diungkapkan oleh **Ardietya Kurniawan** (2017), "*Perilaku Konsumtif Penggemar Kopi*". Dalam jurnal dilema, penelitian ini menggunakan metode kualitatif diskriptif dengan pendekatan *field research*. Lokasi yang digunakan adalah "*cafe savier*". Sedangkan sumber data yang digunakan adalah sumber data sekunder dan primer. Sumber data sekunder dalam penelitian ini berasal dari sumber-sumber tertulis, seperti penelitian terdahulu yang relevan. Sumber data primer berasal dari informan, yaitu individu yang menjadi penikmat kopi di *cafe savier*. Teori yang digunakan oleh peneliti merupakan *teori aksi* yang *relevan* dengan paradigma dalam *konteks sosial*. Menurut peneliti bahwa teori tersebut menggambarkan tentang sebuah pemahaman tindakan sosial. Dalam penelitian ini mendiskripsikan bahwa "kopi atau ngopi" bahasa bagi

penggemar kopi, merupakan kegiatan menikmati secangkir kopi yang dilakukan di warung. Sebuah makna perilaku konsumen, dikalangan remaja jika dalam ngopi tersebut lebih nikmat dilakukan bersama sambil ngobrol, bercanda maupun merokok dengan dukungan fasilitas wifi-an. Warung kopi merupakan tempat yang nyaman dalam untuk menghibur diri maupun melakukan diskusi. Bagi mereka yang gemar melakukan cangruk atau bahasa keranya hangout, ngopi merupakan sarana guna memperluas pergaulan untuk menampilkan diri terhadap publik.

Data kualitatif dari penelitian ini adalah : **Pertama**, bahwa sebagian dari para penggemar kopi yang berkumpul tersebut berkumpul untuk mendiskusikan ataupun mengobrol seputar pengalaman, seperti yang diungkap oleh **AN** dalam penelitian ini, bahwa informan tersebut merasa kurang jika tidak ngopi dan berkumpul. **Kedua**, perilaku konsumtif daripada konsumen adalah mereka cenderung melakukan ngopi sepulang dari beraktifitas seperti, bekerja ataupun sekolah untuk mengisi kekosongan waktu, hal senada juga diungkapkan oleh **RRM** dalam penelitian tersebut, informan ini sering melakukan aktifitas ngopi dengan beberapa teman daripada di rumah. **Ketiga**, perilaku konsumtif dari penikmat kopi, mayoritas mereka menyukai rokok sambil minum kopi di beberapa tempat seperti warung ataupun cafe sambil bertemu dengan beberapa rekan. Hal tersebut juga dilakukan oleh informan di penelitian ini yaitu **GWR**, **DAP** dan **DR**. Menurut Setiadi (2011:120), menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah sebuah aktifitas yang memiliki keterlibatan untuk mendapatkan untuk mengkonsumsi produk atau jasa.

Perilaku konsumen di era teknologi memiliki berbagai karakteristik, karakteristik tersebut bisa dilihat ketika perilaku terhadap apa yang mereka sukai. Masyarakat kita lebih menyukai terhadap hal yang sifatnya santai (*rileks*) dengan didukung oleh fasilitas seperti halnya ketersediaan warung kopi yang sudah berkembang semakin cepat. Warung kopi bertumbuh mulaidari konsep angkringan sampai bentuk *cafe*. Menurut **Sumarwan** (2012), menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan serangkaian kegiatan yang secara psikologi untuk bertindak membeli produk atau jasa. Hal tersebut juga dikatakan oleh Sukatmadiredja (2016)

“ *Perubahan Perilaku Konsumen Terhadap Warung Kopi Di Kecamatan Rungkt Surabaya*” Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui beberapa faktor yang

berpengaruh terhadap perilaku konsumen di warung kopi sebagai tempat untuk berdiskusi. Metode yang digunakan adalah *kualitatif diskriptif*, sumber data yang digunakan meliputi data primer. Data primer diambil dari wawancara serta dokumentasi. Teknik observasi langsung digunakan sebagai metode untuk wawancara ke responden, hasil wawancara ditemukan faktor internal dan eksternal terkait pertumbuhan warung kopi. Lokasi penelitian dilakukan di daerah Kec Rungkut Surabaya

Dari hasil penelitian ini terdapat beberapa faktor internal dan eksternal yang seperti diungkapkan diatas. *Faktor internal* yang terjadi terkait dengan perilaku konsumen terhadap pertumbuhan warung kopi adanya motivasi dan faktor lain seperti, pribadi maupun gaya hidup. *Faktor eksternal*, yaitu faktor yang terjadi terkait dengan budaya, teman maupun kelompok.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen terhadap kopi memberikan pengaruh dalam aktifitas sehari-hari. Warung kopi yang ada bagi penggemar kopi digunakan sebagai sarana untuk nongrong, bertemu dengan teman sampai hal untuk menghilangkan permasalahan. Hal tersebut juga diungkapkan oleh beberapa peneliti terdahulu. Dengan adanya pandemi *Covid 19* maka, perilaku konsumen penggemar kopi mengalami kendala akibat kebijakan pemerintah dalam pembatasan sosial, sehingga aktifitas berkumpul dengan beberapa teman, sharing bareng menjadi terkendala. Pembatasan sosial tersebut dilakukan untuk memutus penyebaran *covid 19*.

DAFTAR PUSTAKA :

- Arikunto, Suharsimi (2012). *Prosedur Metode Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta
- Bertrand Alvni, L., (2000). *Sosiologi*, Alih bahasa Sanapiah, S. Faisal, Surabaya: PT. Bina Ilmu.
- Bhara L.A.M (2005). *Kopi Dan Manfaatnya Bagi Peradaban*. Jakarta:
- Harlock (1999). *Pengembangan Teori Sosial*. Jakarta : Raja Grafindo
- Hasan, M. Iqbal, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2002

- Kotler, Philip. (2005). Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jilid 3. Jakarta: Indeks
- Setiadi (2010). Perilaku Konsumen Untuk Pemasaran. Jakarta: Pranada Media
- Sugiyono (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sumarwan (2012). Strategi Penelitian Pemasaran. Bogor : PT. Ghalia Indonesia
- Swastha. (2000). Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen, Edisi I. Yogyakarta: BPFE
- Gemilang (2013). “Meracik Kopi Ternikmat” Yogyakarta : Araska.

Jurnal Online

- Sukatmadiredja, Noneng R (2016). “ *Perubahan Perilaku Konsumen Terhadap Warung Kopi Di Kecamatan Rungkut Surabaya*” Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam Lamongan, Volume II No.1, Februari 2016, <https://core.ac.uk/reader/294835884>. diakses [1 Juni 2020](#)
- Kurniawan, Ardietya (2017), “*Perilaku Konsumtif Penggemar Kopi*”. Jurnal UNS <https://docplayer.info/84851461-Perilaku-konsumtif-remaja-peminum-kopi-di-coffee-shop.html>. diakses 15 Juni 2020