

Pengelompokan Tipe Kafe Berdasarkan Faktor Kebetahan dan Durasi Kunjungan

Mauliana Sari Wahyuni

Institut Teknologi Bandung: 25221032@mahasiswa.itb.ac.id

ABSTRAK

Saat ini, minum kopi telah menjadi gaya hidup bagi masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda. Tingginya angka konsumsi kopi di juga turut berkontribusi dalam meningkatnya fenomena *coffee shop* di Indonesia. Saat ini, berkunjung ke kafe telah menjadi gaya hidup baru bagi masyarakat. Kegiatan yang dilakukan bukan hanya sekedar menikmati kopi, namun ada beberapa kegiatan lain yang membuat terbentuknya ikatan antara seseorang dan suatu tempat (*place attachment*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis pengelompokan kafe berdasarkan faktor kebetahan dilihat dari durasi kunjungan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi perancang maupun pemilik kafe dalam mendesain kafe yang baik dan membuat pengunjungnya merasa betah. Penelitian ini menggunakan kuesioner daring dengan pendekatan *grounded theory*. Adapun tahapan analisis yaitu *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*. Berdasarkan hasil analisis, terdapat tiga tipe kafe berdasarkan faktor kebetahan dan durasi kunjungan. Tipe kafe tersebut yaitu tipe kafe atraktif, tipe afektif, dan tipe privilese.

Kata Kunci: Durasi, Kafe, Kebetahan, Spot, Tipe Kafe.

ABSTRACT

The Currently, coffee consumption has become a lifestyle for the Indonesian society, particularly among the younger generation. The high rate of coffee consumption also contributes to the increasing phenomenon of coffee shops in Indonesia. Presently, visiting cafes has emerged as a new way of life for the community. The activities involved are not merely centered around enjoying coffee, but they also encompass various other activities that foster a sense of attachment between individuals and a particular place (place attachment). The purpose of this research is to determine the categorization of cafes based on the comfort factor observed from the duration of visits. This study is intended to serve as a reference for cafe designers and owners in creating well-designed cafes that provide comfort and make visitors feel at ease. The research adopts an online questionnaire with a grounded theory approach, employing stages of analysis such as open coding, axial coding, and selective coding. Based on the analysis results, three types of cafes are identified based on the comfort factor and visit duration. These types are classified as the attractive cafe type, the affective cafe type, and the privilege cafe type.

Keywords: Cafe, Cafe Types, Comfort, Duration, Spot.

PENDAHULUAN

Saat ini, minum kopi telah menjadi gaya hidup bagi masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya angka konsumsi kopi selama satu dasawarsa terakhir. Berdasarkan data Organisasi Kopi Dunia (*International Coffee Organization/ICO*), tingkat konsumsi kopi di Indonesia tumbuh 44% dalam periode sepuluh tahun kopi (Oktober 2008-September 2019). Tahun kopi adalah periode 12 bulan yang terhitung mulai Oktober tahun tersebut hingga September tahun berikutnya (investor.id).

Tingginya angka konsumsi kopi di juga turut berkontribusi dalam meningkatnya fenomena *coffee shop* di Indonesia. Dikutip dari Bisnis.com, bisnis kedai kopi di Indonesia diprediksi akan mencapai angka 15% – 20%. Angka ini naik kalau dibandingkan dengan tahun 2018 yang hanya mencapai 8% – 10% (gobiz.co.id)

Bagi masyarakat jaman sekarang, khususnya generasi muda, berkunjung ke kafe sudah menjadi bagian dari gaya hidup. Masyarakat mengunjungi kafe tidak hanya sekedar untuk

menikmati kopi/hidangan yang disajikan, namun juga sebagai tempat untuk bersantai, bercengkerama dengan teman, maupun melakukan aktivitas produktif karena didukung oleh fasilitas yang disediakan di kafe tersebut.

Gaya hidup baru masyarakat terhadap kafe dianggap sebagai peluang oleh para pemilik kafe. Pemilik kafe berlomba-lomba untuk menjadikan kafe mereka sebagai tempat yang berkesan/menarik untuk memberikan pengalaman terbaik bagi pengunjung, sehingga tercipta keterikatan antara pengunjung dan kafe (*place attachment*).

Place attachment memiliki tiga dimensi yang melekat padanya yaitu 1. Dimensi Orang, 2. Dimensi Psikologis, dan 3. Dimensi Ruang. Dimensi orang berkaitan erat dengan subjek yang terikat dengan suatu tempat. Dimensi psikologis merupakan cara subjek untuk melekatkan dirinya dengan sebuah tempat ataupun keadaan mental yang terjadi di dalam subjek ketika berhubungan dengan suatu tempat. Terakhir dimensi ruang, merujuk pada karakteristik/atribut suatu tempat yang mempengaruhi kelekatan terhadap subjek (Scannell dan Gifford, 2010, dalam Lugan, M. V., & Santoni, S., 2018).

Tingginya keterikatan seseorang terhadap suatu tempat dapat memicu tingginya investasi waktu dan energi seseorang terhadap tempat tersebut. Investasi waktu dapat dikaitkan dengan durasi seseorang dalam mendiami tempat tertentu. Seseorang yang memilih mendiami kafe dalam waktu yang lama mengindikasikan bahwa terdapat hal menarik dari kafe tersebut sehingga membuat seseorang betah berlama-lama disana. Maka, menjadi penting untuk mengungkap faktor yang menyebabkan seseorang betah berlama-lama di suatu kafe agar dapat menjadi acuan dalam mendesain kafe yang menarik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis pengelompokan kafe berdasarkan faktor ketahanan dilihat dari durasi kunjungan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi perancang maupun pemilik kafe dalam mendesain kafe yang baik dan membuat pengunjungnya merasa betah.

LANDASAN TEORI

A. Fenomena Kunjungan Kafe

Perubahan gaya hidup yang tengah terjadi di kawasan perkotaan berdampak pada perilaku masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Perubahan ini, yang juga didukung oleh lingkungan perkotaan, memunculkan kecenderungan pola konsumsi yang semakin tinggi. Salah satu contoh kebutuhan yang muncul adalah lokasi sosialisasi, yang tercermin dalam popularitas kafe sebagai tempat untuk saling bersosialisasi (Rachmawati, Y. D. dkk, 2022).

Fenomena berkembangnya kafe di Indonesia tampaknya menjawab perubahan kebutuhan masyarakat saat ini. Kafe telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat perkotaan modern, dianggap sebagai ruang publik yang dapat mencerminkan status sosial (Rama, 2008, dalam Rachmawati, Y. D. dkk, 2022). Di Indonesia, konsep kafe sebagai warung kopi telah mengalami pergeseran, tidak hanya menawarkan kopi, tetapi juga makanan dan minuman gaya barat. Kunjungan ke kafe bukan lagi tren yang hanya dilakukan oleh kalangan muda, namun meluas hingga pelajar, mahasiswa, karyawan, dan berbagai komunitas (Tania, 2015, dalam Rachmawati, Y. D. dkk, 2022).

B. Kebetahan

Kebetahan dapat diartikan sebagai ekspresi atau cerminan dari keadaan mental seseorang, yang timbul akibat merasa gembira berada di suatu tempat selama jangka waktu tertentu, kesesuaian dengan rencana tinggal, serta kepuasan yang dirasakan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa ketika seseorang merasa perasaan Bahagia, nyaman, dan puas akan suasana dan fasilitas yang ditawarkan oleh sebuah tempat, secara tidak sadar mereka akan menghabiskan banyak waktu di tempat tersebut. (Farasa, N dan Kusuma, H.E, 2015, dalam Haristianti dkk, 2021). Dalam penelitian Farasa dan Kusuma, 2015, faktor yang mempengaruhi kebetahan seseorang dalam mengunjungi suatu tempat, dalam hal ini kafe, yaitu meliputi faktor fisik seperti kebersihan kafe, aroma, pencahayaan yang cukup, kenyamanan perabot, dan memiliki *view* yang menarik. Dalam ilmu arsitektur, fenomena hubungan antara manusia dan lingkungan fisiknya secara umum disebut *place attachment*.

C. Place Attachment

Place attachment merupakan sebuah ikatan emosional yang terjadi antara orang dan tempat (Altman & Low, 1992, dalam Ahmad dkk, 2022). Schannel dan Gifford (2010) membagi *place attachment* menjadi tiga dimensi utama, yaitu *place*, *person*, dan *psychological process*.

1. Dimensi *place* (tempat) berfokus pada faktor yang mempengaruhi seseorang untuk tinggal pada suatu tempat. Hal ini termasuk faktor fisik maupun faktor sosial. .
2. Dimensi *person* (orang) berfokus pada individu yang merasa terikat dengan suatu tempat dan bagaimana tempat tersebut menjadi bermakna baik dari sisi personal maupun kelompok.
3. Dimensi *psychological process* menitikberatkan pada hubungan antara keterikatan dengan perilaku, afeksi seperti kebanggaan dan kecintaan, serta aspek kognitif seperti kenangan dan pengetahuan tentang tempat tersebut (Ahmad dkk, 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif eksploratif (identifikasi faktor) dengan pendekatan *grounded theory*. *Grounded Theory* merupakan metode pendekatan yang berusaha untuk mengidentifikasi faktor dari suatu fenomena berdasarkan informasi langsung dari responden (creswell, 2007). Informasi yang diperoleh dari responden selanjutnya dianalisis, diidentifikasi, dan disusun menjadi sebuah model hipotesis (Cahyaningtyas, M. A., & Kusuma, H. E. 2020). Dalam penelitian ini, data yang diperoleh berupa informasi mengenai durasi kunjungan faktor apa saja yang membuat seseorang betah berlama-lama di suatu kafe.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner daring disebar secara non-random sampling dengan teknik snow-ball (Kumar, 2005). Kuesioner daring berisi 16 pertanyaan dimana tujuh pertanyaan merupakan pertanyaan terkait responden dan masing-masing satu pertanyaan terkait objek kunjungan. Adapun pertanyaan terkait objek kunjungan yaitu nama objek kunjungan, alasan memilih objek kunjungan, kegiatan yang dilakukan, ada tidaknya spot khusus, alasan memilih spot khusus, mitra, durasi, intensitas, dan total intensitas kunjungan. Jumlah responden yang berhasil dikumpulkan sebanyak 146 responden dan yang data yang dapat diolah sebanyak 143 responden.

Metode analisis data dilakukan dengan tiga tahapan, yaitu open coding, axial coding, dan selective coding (Creswell, 2007).

1. Open coding: mengumpulkan semua jawaban dari responden dan setiap jawaban di kelompokkan menjadi beberapa kategori. Hasil dari analisis open coding disebut distribusi frekuensi.
2. Axial coding: mencari hubungan antar kategori yang telah disusun di tahap open coding melalui analisis korespondensi. Analisis korespondensi dibagi menjadi tiga tingkat yaitu Korespondensi tingkat satu, tingkat dua, dan tingkat tiga. Hasil dari analisis axial coding adalah hubungan antar kategori. Pada analisis ini, penulis menggunakan analisis korespondensi tingkat dua untuk mengetahui hubungan antara durasi dan alasan kebetahan, juga korespondensi tingkat satu untuk mengetahui hubungan antara durasi dan nada tidaknya spot khusus di kafe.
3. Selective coding: tahap ini adalah tahap penyusunan hipotesis berdasarkan hasil analisis yang diperoleh pada tahap axial coding.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Faktor Kebetahan di Kafe

Tahap pertama adalah mengumpulkan jawaban dari responden yang kemudian jawaban tersebut di pisah menjadi menjadi beberapa segmen untuk selanjutnya disusun berdasarkan beberapa kategori. Satu jawaban responden dapat diurai menjadi beberapa segmen (kata yang diwakili) sehingga memunculkan beberapa variasi kategori (tabel 1).

Tabel 1. Jawaban responden terkait faktor kebetahan di kafe

No. Responden	Jawaban Responden	Kata yang diwakili	Kategori
62	Lokasi strategis (1) dan suasana yang nyaman (2), ada tempat pojokan jauh dari keramaian (3)	1. Lokasi strategis 2. Suasana nyaman 3. Ketidakramaian	1. Aksesibilitas 2. Kenyamanan 3. Ketenangan
41	Karena tempatnya nyaman (1), keren (2), dan makanannya enak (3) dan ada free wifi (4)	1. Suasana nyaman 2. Laggam 3. Cita rasa 4. Ketersediaan wifi	1. Kenyamanan 2. Daya tarik bangunan 3. daya tarik menu 4. kelengkapan fasilitas

Sumber: data diolah

Dari hasil mengidentifikasi kata yang terwakili dan kategori, diperoleh 50 variasi kata yang diwakili. Dari 50 kata tersebut dikelompokkan hingga menghasilkan 14 kategori dimana tiga kategori dengan frekuensi terbanyak yaitu kenyamanan, daya Tarik menu, dan keunggulan fasilitas (tabel 2).

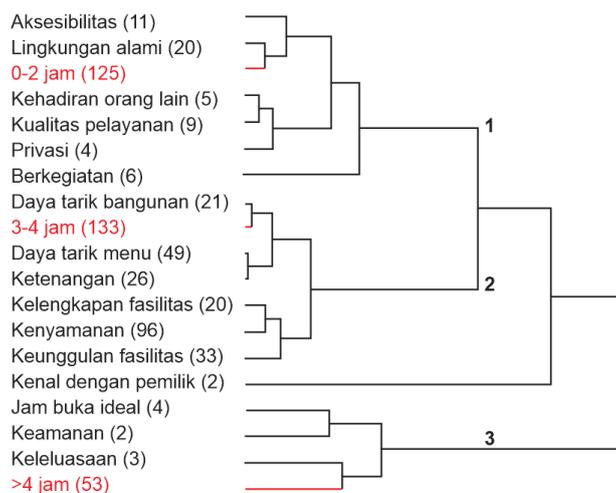
Kategori	F	Kata yang diwakili
Aksesibilitas	8	Dekat tempat tinggal
	3	Lokasi strategis
Berkegiatan	6	Kegiatan yang dilakukan
Daya Tarik Bangunan	12	Langgam
	4	Estetika
	5	Desain ruang terbuka
Lingkungan Alami	9	Nuansa alami
	8	Pemandangan menarik
	2	Konsep ruang terbuka
	3	Keberadaan ruang terbuka
Daya Tarik Menu	22	Harga terjangkau
	33	Cita rasa
	7	Menu variatif
	1	Air putih gratis
Jam Buka Ideal	1	Jam buka ideal
	3	Buka 24 jam
Keamanan	2	Aman
Kehadiran Orang Lain	3	Kehadiran orang lain
Keleluasaan	3	Tidak banyak aturan
Kelengkapan Fasilitas	6	Ketersediaan WC
	10	Ketersediaan wifi
	1	Banyak tempat duduk
	2	Banyak stop kontak
	3	Kelengkapan fasilitas
Kenal dengan Pemilik	2	Akrab dengan pemilik
Kenyamanan	1	Lingkungan teman sendiri
	16	Penghawaan sejuk
	13	Ergonomis
	84	Suasana nyaman
	5	Penataan furnitur nyaman
	5	Dimensi ruang
	6	Kebersihan
	8	Pencahayaan baik
	3	Penataan ruang nyaman
	1	Material ruang nyaman
Keunggulan Fasilitas	9	Fasilitas hiburan
	14	Kecepatan wifi

	3	Parkiran luas
	1	Parkiran gratis
	2	Ketersediaan area foto
	2	Eufoni
	2	Fasilitas penunjang
	8	Keunggulan fasilitas
	1	Banyak bonus
Kualitas Pelayanan	6	Pegawai ramah
	2	Pelayanan sesuai selera

Sumber: data diolah

B. Hubungan Antara Faktor Kebetahan dan Durasi Kunjungan

Setelah melakukan tahap open coding pada faktor kebetahan pengunjung, tahap selanjutnya yaitu axial coding untuk melihat hubungan antara faktor kebetahan dan durasi kunjungan. Ada tiga kategori durasi yang diajukan dalam kuesioner yaitu 0-2 jam, 3-4 jam, dan >4 jam. Berdasarkan hasil analisis korespondensi tingkat dua, diperoleh tiga cluster untuk hubungan antara kebetahan dan durasi, yaitu cluster 1 untuk 0-2 jam dengan 6 kategori kebetahan, cluster 2 untuk 3-4 jam dengan 7 kategori kebetahan, dan cluster 3 untuk >4 jam dengan 4 kategori kebetahan (gambar 1).

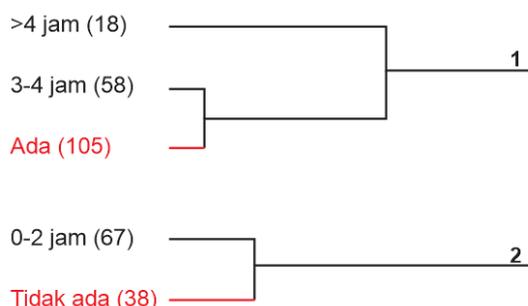


Gambar 1. Analisis Dendrogram Hubungan Antara Kebetahan dan Durasi

Pada cluster 1, seseorang dengan durasi kunjungan 0-2 jam cenderung betah di kafe karena terkait dengan lingkungan alami, aksesibilitas, dan kualitas pelayanan kafe. Pada cluster 2, seseorang dengan durasi kunjungan 3-4 jam cenderung betah di kafe karena terkait dengan kenyamanan, daya tarik, dan keunggulan fasilitas kafe. Pada cluster 3, seseorang dengan durasi kunjungan >4 jam cenderung betah di kafe karena terkait jam buka ideal, keleluasaan, dan keamanan kafe.

C. Hubungan Antara Ada/tidaknya Spot Khusus dan Durasi Kunjungan

Pada kuesioner daring, terdapat pertanyaan terkait ada tidaknya spot khusus saat berkunjung ke sebuah kafe. Tahap ini mencoba untuk mengidentifikasi apakah ada hubungan antara spot khusus dengan durasi kunjungan. Hasil analisis dendrogram menunjukkan, seseorang yang memiliki spot khusus di kafe, cenderung berlama-lama di kafe dengan durasi 3-4 jam dan >4 jam, sedangkan seseorang yang tidak memiliki spot khusus di kafe, memiliki durasi yang lebih singkat di kafe yaitu 0-2 jam (gambar 2).



Gambar 2. Analisis Dendrogram Hubungan Antara Spot Khusus dan Durasi

D. Hipotesis tipe kafe berdasarkan faktor kebetahan, durasi kunjungan, dan ada/tidaknya spot khusus

Jenis kebetahan pengunjung menunjukkan hasil yang berbeda beda tergantung dari durasi kunjungan. Pada hasil analisis sebelumnya, diperoleh tiga cluster antara kebetahan dan durasi kunjungan. Cluster 1 dapat dikategorikan sebagai tipe kafe atraktif, yaitu tipe kafe yang membuat yang memiliki daya tarik dari lingkungan alami dan lokasi yang strategis. Cluster 2 dapat dikategorikan sebagai tipe kafe afektif, yaitu kafe yang membuat pengunjungnya merasa terikat karena suasana/atmosfer yang ada di kafe tersebut. Cluster 3 dapat dikategorikan sebagai tipe kafe privilese, yaitu kafe yang membuat pengunjung merasa leluasa (gambar 3).



Gambar 3. Pengelompokan Tipe Kafe

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini diperoleh empat klaster tipe tipe kafe yaitu tipe kafe atraktif, tipe kafe afektif, dan tipe kafe privilese. Tipe kafe atraktif yaitu tipe kafe yang membuat yang memiliki daya

tarik dari lingkungan alami dan lokasi yang strategis. Kategori yang termasuk dalam atraktif adalah lingkungan alami, aksesibilitas, kualitas pelayanan, berkegiatan, kehadiran orang lain, dan privasi, dengan durasi kunjungan 0-2 jam tanpa spot khusus. Tipe kafe kedua yaitu tipe kafe afektif, adalah kafe yang membuat pengunjungnya merasa terikat karena suasana/atmosfer yang ada di kafe tersebut. Kategori kafe afektif adalah kenyamanan, daya tarik menu, keunggulan fasilitas, ketenangan, daya tarik bangunan, kelengkapan fasilitas, dan kenal dengan pemilik, durasi 3-4 jam dengan spot khusus. Tipe kafe terakhir yaitu tipe kafe privilese, yaitu kafe yang membuat pengunjungnya merasa leluasa. Kategori kafe privilese yaitu jam buka ideal, keleluasaan, keamanan, dan kenal dengan pemilik, durasi >4 jam dengan spot khusus.

REFERENSI

- Gobiz (2019). Pusat Pengetahuan Tren Bisnis Kopi. <https://gobiz.co.id/pusat-pengetahuan/tren-bisnis-kopi/>
- Ahmad, M. Z., & Roychansyah, M. S. (2022). Kajian Teoritis Hubungan Smellscape Terhadap Place Attachment. *REKA RUANG*, 5(1).
- Bachtiar, J. C., & Kusuma, H. E. (2019). Tiga Kelompok Pengunjung berdasarkan Durasi Kunjungan dan Karakteristik Taman. *Jurnal Lanskap Indonesia*, 11(1), 11-16.
- Cahyaningtyas, M. A., & Kusuma, H. E. (2020). Preferensi Masyarakat terhadap Ruang Kota sebagai Tempat Relaksasi. *RUAS (Review of Urbanism and Architectural Studies)*, 18(1), 1-12.
- Dinda, Sanya, & Fitriani, Eva (2020). Bukti Kopi Sudah Jadi Gaya Hidup Masyarakat Indonesia. *Investor.id*. <https://investor.id/business/222474/konsumsi-kopi-di-indonesia-naik-44>
- Farasa, N., & Kusuma, H. E. (2016). Faktor Dominan yang Mempengaruhi Kebetahan di Kafe: Motivasi dan Preferensi Gender. *Pros. Temu Ilm. IPLBI 2016*, 5.
- Fatimah, S. (2013). Pengaruh Gaya Hidup Dan Konsep Diri Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Memilih Coffeeshop Di Samarinda. *Motivasi*, 1(1), 36-43.
- Haristianti, V., Raja, M. T. M., & Putri, C. T. (2021). Analisis Faktor Kebetahan Pengunjung Coffee Shop Melalui Penilaian Kinerja Elemen Interior. Studi Kasus: Kafe dan Coffee Shop di Kawasan LRE Martadinata, Bandung. *Jurnal Arsitektur Zonasi*, 4(2), 196-209.
- Lugan, M. V., & Santoni, S. (2018). Pengembangan pusat permukiman pada tepian sungai di kampung melayu berdasarkan teori place attachment. *Architecture Innovation*, 2(1), 51-69.
- Rachmawati, Y. D., Sari, N., & Setyono, D. A. (2022). Orientasi Masyarakat Terhadap Pemilihan Kafe di Kota Malang. *Planning for Urban Region and Environment Journal (PURE)*, 8(2), 67-74.
- Sesunan, M. M. H. (2014). Evaluasi Perwujudan Place Attachment pada Kawasan Tepi Air Benteng Kuto Besak Palembang. *E-Journal Graduate Unpar*, 1(2), 39-51.