

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi adalah salah satu minuman yang paling mudah dicari dan dapat dinikmati dalam kondisi apapun baik sendiri, maupun bersama teman-teman. Di Indonesia kopi merupakan salah satu komoditas ekspor yang penting dari sektor perkebunan. Tanaman kopi di Indonesia tersebar terutama di pulau Sumatera, Jawa, Bali, Sulawesi dan Nusa Tenggara. Bahkan kopi Gayo dan Mandailing dari Aceh juga sudah dikenal kualitasnya di Mancanegara (Nurikhsan, dkk. 2019).

Menurut Hamdan dan Sontani (2018) ada empat (4) jenis kopi yang populer dan dibudidayakan secara komersil yaitu, Arabika, Robusta, Excelsa, dan Liberika. Namun, yang umumnya di gunakan di kedai kopi adalah jenis kopi Arabika karena dianggap memiliki cita rasa terbaik di antara jenis kopi lainnya dan jenis kopi Robusta yang memiliki cita rasa cenderung pahit yang umumnya dicampurkan dengan kopi Arabika untuk mendapatkan cita rasa yang lebih bervariasi. Seiring berjalannya waktu, terlebih setelah terjadinya fenomena COVID-19 banyak lapangan pekerjaan baru tercipta tidak mengharuskan untuk hadir secara fisik sehingga banyak perusahaan yang menerapkan ini atau biasa disebut work from away (WFA) yang dinilai lebih efisien dan menghemat anggaran perusahaan, hal ini lah yang membuat semakin banyak orang mencari alternatif lokasi untuk bekerja. Selain fasilitas *WiFi* gratis, dengan suasana serta desain interior yang fresh yang diberikan kedai kopi. Aroma khas kopi dipercaya membuat orang yang menciumnya lebih tenang sehingga banyak yang memilih berlama-lama di kedai kopi untuk bekerja, mengerjakan tugas atau hanya sekedar menikmati waktu luang bersama teman-teman (Nurikhsan, dkk. 2019). Maka tak heran jika bisnis kedai kopi menjadi salah satu bisnis yang cukup populer saat ini.

Pengunjung kedai kopi seringkali kita temui dari berbagai rentan usia dari yang berusia muda hingga yang berusia lanjut. Ternyata hal ini juga berpengaruh ke besarnya tingkat konsumsi kopi. Berdasarkan International.

Coffee Organization Indonesia (2017). Tingkat konsumsi kopi remaja Indonesia khususnya Jakarta sangat meningkat, dikarenakan remaja hampir setiap hari melakukan kegiatan di kedai kopi favoritnya. Sosial media adalah salah satu faktor kuat yang membuat kedai kopi menjadi bagian dari lifestyle remaja saat ini dengan banyaknya postingan foto yang terlihat sangat ciamik di kedai kopi yang dinilai memiliki spot foto menarik atau yang sekarang disebut dengan “*instagrammable*” membuat remaja generasi milenial dan generasi z rela merogoh kocek untuk meminum kopi dan menjadikannya sebagai keseharian (Nurikhshan, dkk. 2019).

Orang dewasa berusia produktif juga sangat membutuhkan kopi untuk meningkatkan konsentrasi untuk bekerja maupun mencari relasi dalam menjalin kerja sama. Selain itu, pelanggan usia produktif (angkatan kerja) juga memiliki pendapatan yang cukup berpengaruh terhadap keputusan seseorang untuk mengkonsumsi kopi. Berdasarkan data dari BPS (2022) total penduduk Jakarta Timur di tahun 2022 adalah sebanyak 3.056.300 jiwa dengan jumlah populasi angkatan kerja usia produktif sebesar 1.257.540 Jiwa. Dengan data tersebut, maka tak heran jika tingkat peminat kedai kopi di Jakarta Timur cukup tinggi. Karena itulah mengapa Wilayah Jakarta Timur sangat menarik untuk diteliti.

Perencanaan yang matang tentu harus dilakukan sebelum membangun kedai kopi, salah satu yang harus dipikirkan adalah asal dan jenis biji kopi yang akan digunakan, karena kemampuan supplier dalam mengolah bahan baku biji kopi sangat mempengaruhi kualitas, aroma, dan rasa kopi yang akan berdampak kepada tingkat kepuasan customer. Lokasi penempatan kedai kopi juga merupakan aspek penting yang harus dipikirkan sebelum membangun kedai kopi, karena jika salah menempatkan lokasi sangat memungkinkan terjadinya miss target yang akan berimbas ke keberhasilan kedai kopi tersebut. Penerapan aplikasi sistem informasi geografi (SIG) dapat menjadi salah satu opsi penyelesaian masalah tersebut karena

dengan kemampuan menyimpan, mengintegrasikan, memanipulasi, menganalisa dan menampilkan data bereferensi geografis dapat membantu kita untuk melihat perbedaan dan menganalisa karakteristik lokasi dari masing-masing tingkatan kelas kedai kopi (Lunkapis, 2004).

Untuk mengetahui persebaran lokasi kedai kopi dapat dilakukan kajian secara ruang karena analisis keruangan mempelajari perbedaan karakteristik sifat-sifat penting lokasi yang menguasai pola persebaran. Sehingga dapat dikatakan bahwa yang perlu diperhatikan dalam analisis keruangan adalah penyebaran penggunaan ruang yang telah ada dan kedua penyediaan ruang yang akan digunakan untuk berbagai kegunaan yang direncanakan (Bintarto & Surastopo, 1982)

1.2 Perumusan Masalah

- 1 Bagaimana karakteristik lokasi kedai kopi di Jakarta Timur berdasarkan kelasnya?
- 2 Dari mana asal produsen kopi yang digunakan kedai kopi di Jakarta Timur berdasarkan kelasnya?
- 3 Seberapa besar pengaruh kepuasan konsumen terhadap keberhasilan kedai kopi di Jakarta Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1 Menganalisis karakteristik lokasi dan fasilitas kedai kopi di Jakarta Timur berdasarkan kelasnya
- 2 Menganalisis asal produsen kopi yang digunakan kedai kopi di Jakarta Timur berdasarkan kelasnya
- 3 Mengkaji pengaruh kepuasan konsumen terhadap keberhasilan kedai kopi di Jakarta Timur.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

- 1 Menyebarkan informasi mengenai karakteristik lokasi dan fasilitas kedai kopi di Jakarta Timur berdasarkan kelasnya
- 2 Memberi informasi mengenai biji kopi yang digunakan di setiap kelas kedai kopi di Jakarta Timur, dan
- 3 Kegunaan untuk penulis adalah untuk memenuhi syarat pencapaian gelar sarjana geografi di Universitas Muhammadiyah Surakarta.

1.5 Telaah Pustaka dan Penelitian Sebelumnya

1.5.1 Telaah Pustaka

a. Komoditas Kopi

Penanaman kopi (*Coffea sp*) awalnya diperkenalkan oleh VOC di sekitar tahun 1696-1699. Pada saat itu penanaman hanya bersifat eksperimental, namun ternyata hasilnya memuaskan dan cukup menguntungkan. Sampai saat ini akhirnya kopi menjadi salah satu komoditas perkebunan yang berperan penting dalam menghasilkan devisa (Najiyati & Danarti,2004). Pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2018 sebesar 5,17 persen, dengan sumber pertumbuhan berasal dari sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan sebesar 0,50 persen. Arah pembangunan subsektor perkebunan yang ditentukan oleh kementrian pertanian adalah berdaya guna, produktifitas dan daya saing yang tinggi dalam kaitannya dengan kesejahteraan manusia perkebunan secara adil dan lestari. Umumnya perkebunan memegang peranan penting, memberikan manfaat terhadap Ekspor, lapangan kerja dan salah satu sumber pertumbuhan ekonomi. Indonesia adalah daerah subtropis yang berpotensi untuk perkembangan bahan baku tumbuhan. Satu di antara hasil perkebunan terpenting Indonesia adalah kopi. Kopi adalah satu di antara ekspor pertanian yang sangat penting dan berperan sebagai penukar matauang terbesar Indonesia. Itu sebabnya saya memilih bahan baku kopi untuk diekspor ke luar negeri. produsen kopi Indonesia sangat kompetitif sehingga mampu bersaing dengan negara supplier kopi terbesar di dunia yaitu Brazil dan Vietnam. Indonesia merupakan penghasil kopi terbaik ketiga di dunia, sehingga tujuan ekspor utama Indonesia adalah Usa, Jerman, Italia, Jepang dan negara-negara lainnya. Amerika Serikat merupakan importir kopi terbesar dari negara Indonesia, karena itu orang Amerika banyak mengkonsumsi minuman kopi ini. Kondisi lahan perkebunan kopi yang di Indonesia sangat terpengaruhi oleh kondisi cuaca, perubahan kondisi cuaca yang sangat besar pengaruhnya terhadap hasil komoditas kopi di Indonesia. Perkebunan kopi sangat cenderung mengandalkan cuaca iklim yang tidak panas sebab sebagian besar perkebunan kopi terletak di dataran tinggi (Raharjo & alifianto, 2023).

Luas areal perkebunan kopi di Indonesia saat ini dibagi menjadi tiga jenis yaitu Perkebunan Rakyat, Perkebunan Negara dan Perkebunan Swasta, namun sangat disayangkan karena saat ini mengalami peningkatan dan penurunan. Menurut Direktorat Jenderal Perkebunan faktor yang menyebabkan naik dan turunnya luas areal kopi di Indonesia pada saat ini yaitu (a) Alih fungsi lahan kopi ke tanaman lain seperti tanaman jagung, teh dan lainnya, (b) Alih fungsi lahan kopi ke pemukiman dan pengembangan infrastruktur, (c) Sulitnya mencari lahan areal yang baru disebabkan oleh kurangnya ketersediaan lahan (Apriliyanto dkk, 2018). Secara umum komoditas kopi di Indonesia terdapat beberapa jenis, namun dari sekian banyak jenis kopi yang paling banyak diminati hanya terdapat dua jenis varietas utama yaitu kopi arabika (*Coffea Arabica*) dan kopi robusta (*Coffea Robusta*). Dari kedua jenis kopi tersebut yang paling banyak diminati adalah jenis kopi arabika, karena variasi rasanya yang lebih manis, lembut, kuat dan tajam sedangkan kopi jenis robusta memiliki variasi rasa yang netral, mirip gandum dan sebelum disangrai aroma kacang-kacangan lebih terasa. (Apriliyanto dkk, 2018).

b. Manfaat Meminum Kopi

Cita rasa kopi yang nikmat dan akses meminum kopi yang mudah dijangkau ternyata bukan satu-satunya alasan banyak orang yang gemar menikmati kopi. Karena menurut Pratiwi dan sodik (2018) mengutip Dr. J. Murdoch Ritchie dalam "The Pharmacological Basis of Therapeutics" Efek positif dari kafein antara salah satunya adalah menambah kecepatan berpikir dan inspirasi, menyembuhkan rasa ngantuk dan kelelahan, peningkatan sensor stimuli dan reaksi motorik; misalnya seorang yang mengetik akan dapat bekerja lebih cepat dan dengan tingkat kesalahan lebih kecil. Selain itu kandungan kafein dalam kopi dapat mengaktifkan neuron noradrenalin dan berpengaruh pada pelepasan lokal dari dopamin yang membuat pengonsumsi kafein memiliki peluang 2 kali lebih besar untuk tidak depresi dibandingkan dengan yang tidak mengonsumsi kafein (Riandana, 2015). Weinberg, dkk (2010) juga menjelaskan bahwa, kafein pada orang dewasa sehat dapat memperkuat daya konsentrasi, menajamkan logika dan meningkatkan daya ingat. Kopi juga dapat digolongkan sebagai minuman psikostimulant yang akan

menyebabkan orang tetap terjaga, mengurangi kelelahan, dan memberikan efek fisiologis berupa peningkatan energi (Bhara, 2005). Menurut hasil penelitian ilmiah, kopi dapat menurunkan risiko terkena penyakit diabetes mellitus, menurunkan kadar glukosa darah, dan menurunkan kadar asam urat. Hal tersebut karena adanya senyawa poliphenol pada kopi yaitu chlorogenic acid, tetapi tetap perlu diperhatikan konsumsi berapa cangkir kopi perharinya agar aman dan memberi efek baik bagi tubuh (Lelyana, 2008). Kandungan kafeina yang terdapat di dalam kopi ternyata mampu menekan pertumbuhan sel kanker secara bertahap. Selain itu, kafeina mampu menurunkan risiko terkena diabetes melitus tipe 2 dengan cara menjaga sensitivitas tubuh terhadap insulin. Kafeina dalam kopi juga telah terbukti mampu mencegah penyakit serangan jantung. Pada beberapa kasus, konsumsi kopi juga dapat membuat tubuh tetap terjaga dan meningkatkan konsentrasi walau tidak signifikan. Di bidang olahraga, kopi banyak dikonsumsi oleh para atlet sebelum bertanding karena senyawa aktif di dalam kopi mampu meningkatkan metabolisme energi, terutama untuk memecahkan glikogen (gula cadangan dalam tubuh) (McClaren W, 2007). Selain kafeina, kopi juga mengandung senyawa antioksidan dalam jumlah yang cukup banyak. Adanya antioksidan dapat membantu tubuh dalam menangkal efek pengrusakan oleh senyawa radikal bebas, seperti kanker, diabetes, dan penurunan respon imun. Beberapa contoh senyawa antioksidan yang terdapat di dalam kopi adalah polifenol, flavonoid, proantosianidin, kumarin, asam klorogenat, dan tokoferol. Dengan perebusan, aktivitas antioksidan ini dapat ditingkatkan (Purwaningsih, 2017).

c. Distribusi Kopi di Indonesia

Menurut Kotler (1987), saluran pemasaran adalah suatu sistem penyaluran yang mencakup lembaga-lembaga yang menjalankan semua kegiatan (fungsi) untuk mendistribusikan suatu produk atau komoditas disertai hak miliknya dari produsen ke konsumen. Distribusi kopi di Indonesia sendiri dinilai memiliki peluang yang sangat besar dikarenakan permintaan kopi terus menerus menjadi trend dan selalu meningkat. Sejak tahun 2010 menurut data dari organisasi kopi internasional, trend kopi dunia meningkat dengan rata-rata 2.5% per tahunnya *International Coffee Organization* (2013). Indonesia merupakan daerah kopi yang baik secara potensial karena terletak pada 5°LU-10° LS. Daerah produsen kopi di Indonesia sebagian besar terletak diantara 0-10° LS daerah tersebut diantaranya meliputi: Lampung, Sumatera Selatan, Sulawesi Selatan, Bali dan sebagian lainnya terletak diantara 0-5° LU yang meliputi Sumatera Utara dan Aceh, persebaran biji kopi di Indonesia di jelaskan lebih detail pada Gambar 1.

Sebagai negara tropis. Indonesia memiliki potensi untuk mengembangkan industri kopi dengan aroma dan citarasa khas yang mampu menjadi brand image sesuai dengan indikasi geografis. Berdampingan dengan hal tersebut, berkembangnya konsumen kelas menengah atas di Indonesia sesuai dengan tumbuhnya perkenomian nasional telah menjadi faktor pendorong meningkatnya konsumsi kopi di pasar domestik (Sudjarmoko,2013).



Gambar 1.1 Peta Persebaran Jenis Kopi di Indonesia

d. Tren Kedai Kopi

Atmosfer kedai kopi, serta gaya arsitektur kedai kopi memiliki pengaruh pada suasana hati pengunjung yang dapat meningkatkan keputusan pembelian (Azzuhri & Tanjung, 2017). Postingan satu konsumen akan keunikan gaya arsitektur suatu kedai kopi akan memancing konsumen yang merasa penasaran hingga akhirnya berkeinginan untuk menyambangi kedai kopi yang tersebut. Hal ini juga merupakan salah satu faktor terjadinya pertumbuhan kedai kopi di Jakarta yang meningkat sedikitnya sekitar 10% tiap tahunnya dan persaingan antar kedai kopi semakin ketat karena jumlah kedai kopi di Jakarta semakin meningkat. Terdapat anggapan bahwa kemunculan kedai kopi ini merupakan pertemuan antara hegemoni budaya Amerika yang dibawa oleh *Starbucks* akan tetapi hal ini merupakan sebuah inovasi dan memberikan perubahan pada budaya minum kopi (Nurhasanah & Dewi, 2019).



Gambar1.2 News Room Café, Jakarta
Sumber: *Instagram.com/Fomoplaces* , 2023

Kedai kopi bukan hanya tempat untuk menyajikan kopi, saat ini kedai kopi menjadi tempat untuk pertemuan sosial yang menarik hasrat manusia untuk melakukan interaksi sosial dan berkoneksi dengan orang lain, bahkan untuk rencana seseorang yang ingin berdiam diri (Tucker, 2011). Kedai kopi memberikan pengaruh pada kehidupan sosial dan gaya hidup urban. Dan melihat lamanya pengunjung dalam menghabiskan waktu di kedai kopi dan citra kedai kopi dinilai telah menjadi *way of life* generasi muda.



Gambar 1.3 Houma, Jakarta
Sumber: Instagram.com/Fomoplaces, 2023

e. Sistem Informasi Geografi Untuk Penentuan Lokasi Terbaik

Sistem Informasi Geografis (SIG) merupakan suatu sistem informasi berbasis komputer untuk menyimpan, mengelola dan menganalisis, serta memanggil data bereferensi geografis yang berkembang pesat pada lima tahun terakhir ini. Manfaat dari SIG adalah memberikan kemudahan kepada para pengguna atau para pengambil keputusan untuk menentukan kebijaksanaan yang akan diambil, khususnya yang berkaitan dengan aspek keruangan (spasial).

Dengan adanya teknologi ini maka akan memudahkan dalam hal pemetaan lahan. SIG dapat membantu kita melihat fenomena kebumihan dengan perspektif yang lebih baik. SIG mampu mengakomodasi penyimpanan, pemrosesan dan penayangan data.

1.5.2 Penelitian Sebelumnya

Penelitian sebelumnya ditambahkan untuk menjelaskan referensi baik bersumber dari Skripsi atau Jurnal yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian skripsi ini. Terdapat persamaan dan perbedaan yang dapat dilihat dari judul, tujuan, metode, dan hasil penelitian yang secara jelas tersaji pada tabel di bawah ini

Tabel 1.1 Ringkasan Penelitian Sebelumnya

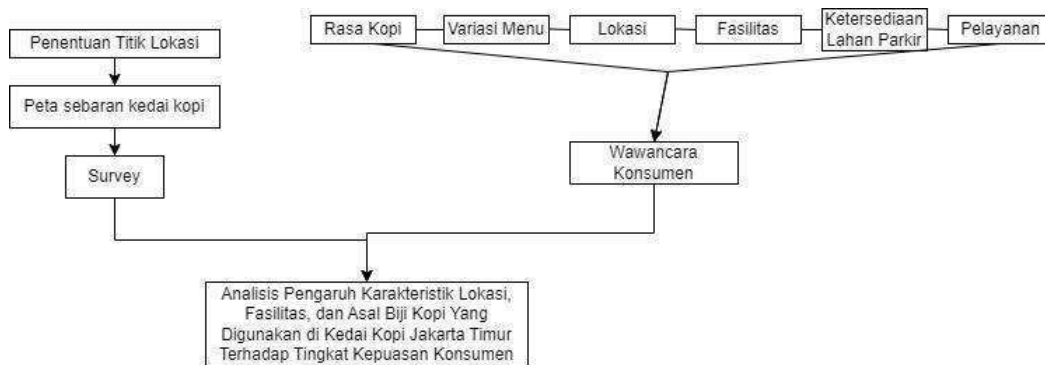
Nama Peneliti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
Puput Sapti Putri, Dasrizal, Arie Zella Putra Ulni	DISTRIBUSI DAN POLA SPASIAL USAHA COFFEE SHOP DI KECAMATAN BANGKO PROVINSI JAMBI	mendapatkan data, mengolah dan menganalisis distribusi dan pola spasial usaha Coffee Shop.	Analisis Tetangga terdekat, deskriptif, dan survey	Distribusi Spasial Usaha Coffee Shop di Kecamatan Bangko Provinsi Jambi terdapat 18 Coffee Shop yang tersebar di Kecamatan Bangko Provinsi Jambi yaitu: Nineteen Coffee, Kuaci Coffee, Scoot Cafe, Zarra Coffee, D'kala Coffee, Kedai Kopi Oi, Breakthru Coffee, Kopmil Bang Be, Mano Kitchen Seven, Stay With Me Cafe, Sweet Inside, Buah Pikiran Coffee and Talk, Please Stay With Me Cafe, Dancow, Sokongopi, Mlangun Coffee, Reborn dan Pondok Kopi Aren. Pola Persebaran Usaha Coffee Shop di Kecamatan Bangko Provinsi Jambi berdasarkan analisis tetangga terdekat cenderung tersebar mengelompok (cluster). Hasil penelitian ini diharapkan dapat

				menjadi referensi pada penelitian selanjutnya serta dapat menjadi literature kajian untuk mengambil kebijakan terkait mengenai lokasi-lokasi strategis yang dapat meningkatkan pelayanan guna menarik konsumen atau pengunjung yang lebih besar dan penyediaan fasilitas lebih diperhatikan kembali dalam usaha
Maellinda Rossi, Dyah Ethika, Indah Widyarini	ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN KOPI PADA KEDAI KOPI DI WILAYAH PURWOKERTO	mengetahui karakteristik konsumen, hubungan tiap atribut kepuasan konsumen, serta loyalitas konsumen hubungannya dengan kepuasan konsumen kopi di kedai kopi	Survey	<ol style="list-style-type: none"> 1. sebagian besar konsumen sudah berada pada kriteria puas dengan nilai sebesar 75,80%. 2. Urutan atribut kepuasan konsumen terdiri dari rasa dan harga yang termasuk kuadran pertama; fasilitas layanan yang termasuk kuadran kedua; varian menu dan promosi yang termasuk kuadran ketiga dan lokasi yang termasuk kuadran keempat. 3. tingkat loyalitas yang sudah berada pada kategori tinggi atau sangat baik.
Moh. Selby Hamzah, Istis Baroh, Harpowo	ANALISIS PEMASARAN BIJI KOPI ROBUSTA DI DESA JAMBUWER KECAMATAN KROMENGAN	untuk menentukan pemasaran bijikopi robusta di kabupaten malang, menghitung besarnya margin		terdapat 4 pola saluran pemasaran bijikopi robusta di kabupaten malang. Saluran 1: Petani - grosir - pengecer - konsumen dengan Saluran 2: Petani

	KABUPATEN MALANG	pemasaran, distribusi dan pembagian keuntungan daribiji kopi robustadi kabupaten malang		perantara - pengecer - konsumen dengan Saluran 3: Petani Perantara - Konsumen dan saluran pemasaran Saluran 4 : Petani perantara - Perusahaan dengan hasil paling efisien dari saluran 4 karena memiliki margin pemasaran rendah dan menghasilkan penghasilan petani yang tinggi
--	---------------------	---	--	---

1.6 Kerangka Penelitian

Kerangka pikir penelitian yang dijelaskan pada Gambar 4 menjadi acuan parameter yang berpengaruh terhadap proses analisis persebaran kedai kopi di Jakarta Timur dan kaitannya dengan kepuasan konsumen.



Gambar 1.4 Diagram Kerangka Penelitian

1.7 Dugaan Awal

Dugaan awal peneliti adalah bahwa kedai kopi kelas kecil (UMKM) akan memiliki nilai kepuasan konsumen tertinggi, berdasarkan dari harga, variasi menu, maupun fasilitas yang diberikan.

1.8 Batasan Operasional

Batasan operasional pada penelitian ini adalah:

a. Perusahaan besar.

Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki penjualan lebih dari Rp. 50 Milyar/tahun.

b. Perusahaan menengah.

Perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih Rp. 1-10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki hasil penjualan lebih besar dari Rp.1 Milyar dan kurang dari Rp. 50 Milyar.

c. Perusahaan kecil.

Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 Juta tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan minimal Rp. 1 Milyar/tahun.

d. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah respon atau tanggapan konsumen atas suatu produk yang telah dikonsumsi sebelumnya dan telah membentuk kesan tersendiri di benak konsumen. Diukur dengan menggunakan angket kepuasan konsumen adapun indikator-indikator yang digunakan: lokasi, fasilitas, variasi menu, rasa, ketersediaan lahan parkir, dan pelayanan.

e. Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen terhadap suatu produk dan dapat diukur dengan melakukan pembelian secara berulang-ulang dan terdapat frekuensi secara konsisten, serta melibatkan hubungan faktor-faktor psikologis baik secara emosional dan maupun rasional sehingga sulit untuk dirubah. Hal ini diukur dengan menggunakan angket loyalitas konsumen dengan indikator : melakukan pembelian secara rutin, kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut, membeli diluar lini produk atau jasa, merekomendasikan kepada orang lain, dan tidak terpengaruh daya tarik konsumen pesaing.

f. Produsen Biji Kopi

Produsen adalah petani yang mengusahakan lahan dengan komoditi biji kopi di daerah penelitian baik sebagai pemilik ataupun penyewa.

1.9 Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kota Administrasi Jakarta Timur, Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa kota Jakarta Timur adalah kota Administrasi di wilayah DKI Jakarta dengan luas wilayah terbesar dengan tingkat mobilitas yang cukup tinggi karena posisinya yang berada di tengah kota lain. Responden dalam penelitian ini terdiri dari pengunjung masing-masing sampel kedai kopi yang berjumlah sebanyak 50 responden. Wawancara dilaksanakan pada hari Jumat, Sabtu, dan Minggu pukul 4 (empat) sore sampai dengan 7 (tujuh) malam setiap minggu selama bulan October – November 2024.